

STRATEGI PERSONAL BRANDING USTADZ ILHAM HUMAIDI DI INSTAGRAM

SKRIPSI

**Oleh: Muhammad Rizky Saputra
210104010163**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2026**



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ANTASARI

BANJARMASIN

STRATEGI PERSONAL BRANDING USTADZ ILHAM HUMAIDI DI INSTAGRAM

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh sarjana
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh: Muhammad Rizky Saputra
210104010163**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
BANJARMASIN
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Saputra

NIM : 210104010163

Tempat/Tanggal Lahir : Simpang Empat, 14 September 2003

Jurusan/Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas/Program : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi/tesis/disertasi yang berjudul,

“Strategi Personal Branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram”

adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi/tesis ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 24 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rizky Saputra



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; E-mail: fdik@uin-antasari.ac.id lg: fdkuinantasari

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI

Nomor : 01/Un.14/III.4/PP.00.9/01/2026

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Muhammad Rizky Saputra
NIM : 210104010163
Program Studi : S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul skripsi:

Strategi Personal Branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram

Hasil Uji Plagiasi : 9%

Berdasarkan hasil cek plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 02 Januari 2026

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Abdul Hafiz Sairazi

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi Personal Branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram
NIM : 210104010163
Tahun Akademik : 2025/2026
Jurusan / Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Tembingkar Kiri Rt. 05 Rw. 01 Kab. Banjar

Setelah diteliti dan dilakukan perbaikan, kami menyetujui untuk dipertahankan di depan sidang tim penguji skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Banjarmasin, ~~29~~Desember 2025

PEMBIMBING I,


Samsul Rani, S.Ag., M.Si.
NIP. 19700410 200501 1 009

PEMBIMBING II,


Najla Amaly, S.Ikom., M.Med.Kom.
NIP. 19920716 201903 2 029

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin



Surya Eka Privatna, M. Cs.
NIP. 12345678 123456 1 123

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Strategi Personal Branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram* ditulis oleh Muhammad Rizky Saputra (210104010163), telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 14 Januari 2026

Dan dinyatakan LULUS dengan predikat: 88, 4 (A)

Dekan
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Antasari Banjarmasin,



Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.Si
NIP. 19760413 200003 2002

TIMPENGUJI:

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.Si	1.
2. Syaipul Hadi, S.IP., MA	2.
3. Samsul Rani, S.Ag, M.Si	3.
4. Najla Amaly, S.I.Kom., M.Med.Kom	4.

ABSTRAK

Muhammad Rizky Saputra. 210104010163, “Strategi Personal Branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram” Pembimbing (I) bapak Samsul Rani, S.Ag., M.Si. dan ibu Najla Amaly, S.Ikom., M.Med.Kom., pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2026

Kata kunci: Strategi, Personal Branding, Instagram, Ustadz Ilham Humaidi

Personal branding telah menjadi faktor penting dalam membangun citra diri seseorang di era digital. Dalam konteks dakwah, seorang dai tidak hanya perlu memiliki pemahaman agama yang kuat, tetapi juga kemampuan untuk mengelola citra dan pesan yang disampaikan kepada publik. Ustadz Ilham Humaidi, seorang dai muda asal Kalimantan Selatan, memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk membangun personal branding yang kuat sebagai tokoh agama yang relevan dengan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi personal branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram berperan dalam memperluas jangkauan dakwah dan membentuk citra positif sebagai pendakwah yang santun, profesional, dan komunikatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi personal branding yang diterapkan oleh Ustadz Ilham Humaidi melalui Instagram dalam konteks dakwah digital. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana strategi tersebut membentuk citra publik yang relevan dengan kebutuhan dan karakter audiens masa kini, khususnya generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Ustadz Ilham Humaidi, tim media yang mengelola akun Instagram beliau, serta beberapa pengikut akun Instagram @khodimukumhumaed. Observasi dilakukan terhadap konten yang diposting di akun tersebut dan interaksi yang terjadi di media sosial. Data sekunder juga dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis dan digital yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi personal branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram meliputi beberapa elemen utama. Pertama, beliau dan tim media mengelola citra visual yang konsisten, menggunakan warna-warna lembut dan gambar yang mencerminkan kesederhanaan dan kedalaman ilmu. Kedua, pesan dakwah yang disampaikan di Instagram relevan dengan kebutuhan audiens, terutama generasi muda, dan disampaikan dengan cara yang santun, bijaksana, namun tetap kuat dalam prinsip. Ketiga, interaksi langsung dengan audiens melalui komentar dan pesan pribadi memperkuat kedekatan emosional dengan pengikutnya. Melalui pendekatan ini, Ustadz Ilham berhasil membangun citra sebagai dai muda yang tidak hanya berpengetahuan, tetapi juga mudah diterima oleh masyarakat, khususnya kalangan muda yang aktif di media sosial. Keberhasilan ini menandakan bahwa personal branding yang dibangun secara sadar dan terencana melalui media sosial dapat memberikan dampak positif dalam penyampaian pesan dakwah yang efektif dan relevan.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan seluruh alam, karena atas rahmat, hidayah, dan taufik-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Personal Branding Ustadz Ilham Humaidi di Instagram dalam Dakwah Digital”. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan arahan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk pikiran, doa, maupun tenaga.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Hj. Nida Mufidah, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan wadah bagi peneliti untuk mengembangkan ilmu selama berkuliah di UIN Antasari Banjarmasin. Terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Ibu Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan persetujuan terhadap judul skripsi ini. Peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Surya Eka Priyatna, M.Cs., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan dukungan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada Bapak Samsul Rani, S.Ag., M.Si., selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan yang sangat berarti dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, serta kepada Ibu Najla Amaly, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Pembimbing II, yang selalu memberikan arahan dan saran-saran yang konstruktif yang sangat berharga bagi peneliti.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Ustadz Ilham Humaidi beserta Tim Media yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk melakukan penelitian ini. Ustadz Ilham Humaidi, dengan dedikasinya dalam dakwah dan pengelolaan personal branding, telah menjadi inspirasi bagi peneliti. Tim media beliau yang profesional juga sangat membantu dalam memperoleh informasi yang diperlukan untuk penelitian ini. Terima kasih atas kerjasama yang luar biasa selama proses penelitian ini.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama peneliti menempuh pendidikan di fakultas ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala dan Staf Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, serta Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan layanan yang sangat membantu dalam memperoleh buku-buku yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Peneliti juga sangat berterima kasih kepada orang tua dan seluruh keluarga, serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat, bimbingan, dan dukungan tanpa henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Atas segala bantuan, dorongan, bimbingan, dan pengarahan yang diberikan, peneliti merasa sangat berterima kasih, meskipun tidak dapat membalasnya, hanya doa yang bisa peneliti haturkan semoga Allah SWT membalas kebaikan tersebut dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin Yaa Robbal 'Aalamiin.

Akhirnya, peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat, khususnya bagi peneliti sendiri. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, peneliti dengan tulus memohon maaf dan senantiasa terbuka untuk menerima saran dan kritik yang berharga. Semoga usaha yang peneliti lakukan dalam penyusunan skripsi ini mendapat ridha dari Allah SWT. Aamiin.

Banjarbaru, Desember 2025

Peneliti

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan skripsi ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988.

1.	ا	:	A	16.	ط	:	Th
2.	ب	:	B	17.	ظ	:	Zh
3.	ت	:	T	18.	ع	:	'
4.	ث	:	Ts	19.	غ	:	Gh
5.	ج	:	J	20.	ف	:	F
6.	ح	:	<u>H</u>	21.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	22.	ك	:	K
8.	د	:	D	23.	ل	:	L
9.	ذ	:	Dz	24.	م	:	M
10.	ر	:	R	25.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	26.	و	:	W
12.	س	:	S	27.	ه	:	H
13.	ش	:	Sy	28.	ء	:	'
14.	ص	:	Sh	29.	ي	:	Y
15.	ض	:	Dh				

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Signifikansi/Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Operasional/Istilah.....	11
F. Penelitian Terdahulu.....	15

G. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II.....	23
KAJIAN TEORI	23
A. Tinjauan Teori Tentang Permasalahan Yang Diteliti.....	23
B. Kerangka Pemikiran	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Subjek dan Objek Penelitian	37
C. Lokasi Penelitian	37
D. Data dan Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Analisis Data	40
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	42
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian.....	45
B. Pembahasan	78
BAB V.....	96
PENUTUP.....	96

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
---	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	Proses Dokumentasi Kegiatan Dakwah Ustadz Ilham Humaidi	
	Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025).....	45
Gambar 4. 2	profil dan konten ustadz ilham humaidi di Instagram Sumber:	
	@khodimukumhumaed, Instagram Ustadz Ilham Humaidi, diakses	
	10 September 2025.....	49
Gambar 4. 3	tanggal bergabung di Instagram Sumber: Akun Instagram Ustadz	
	Ilham Humaidi @khodimukumhumaed, diakses 10 September	
	2025.....	50
Gambar 4. 4	postingan ustadz ilham humaidi mendoakan kelahiran anak	65
Gambar 4. 5	postingan ustadz ilham humaidi pentingnya sholat persiapan	
	menghadapi ajal	67
Gambar 4. 6	ucapan selamat ulang tahun dengan latar belakang gambar Ustadz	
	Ilham bersama keluarga dan suasana keagamaan yang penuh	
	makna.	70
Gambar 4. 7	postingan Instagram ustadz ilham humaidi mengajak untuk merenung	
	mempersiapkan diri menghadapi kematian.....	72

DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Struktur Tim Media Ustadz Ilham Humaidi	52
--	----