

## 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.