

ANALISIS *BRANDING* MENTERI KEUANGAN PURBAYA YUDHI

SADEWA PADA AKUN TIKTOK @PURBAYAYUDHIS

SKRIPSI



**OLEH:
NISSA ARIELLA
NPM. 22043010110**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

SURABAYA

2026

ANALISIS *BRANDING* MENTERI KEUANGAN PURBAYA YUDHI

SADEWA PADA AKUN TIKTOK @PURBAYAYUDHIS

SKRIPSI



**OLEH:
NISSA ARIELLA
NPM. 22043010110**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS BRANDING MENTERI KEUANGAN PURBAYA YUDHI
SADEWA PADA AKUN TIKTOK @PURBAYAYUDHIS**

Disusun Oleh:



Nissa Ariella
NPM. 22043010110

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

Mengetahui,
DEKAN FISIBPOL



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS BRANDING MENTERI KEUANGAN PURBAYA YUDHI SADEWA PADA
AKUN TIKTOK @PURBAYAYUDHIS**

Oleh:




Nissa Ariella
NPM. 22043010110

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 19 Mei 2026**

Menyetujui,

PEMBIMBING


TIM PENGUJI




Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006



Drs. Saifudin Zuhri., M.Si
NIP. 197006122021211002



Augustin Mustika C., S.I.Kom., M.A.
NIP. 199308082022032016

Mengetahui,
DEKAN FISIBPOL



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nissa Ariella
NPM : 22043010110
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 25 Mei 2026



Nissa Ariella
NPM. 22043010110

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan, waktu, dan ilmunya kepada penulis.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama ini.
4. Keluarga penulis, Ayah Djunarko, Ibu Ida Noor Chasanah, dan Kakak Shinta Salsabila yang senantiasa mendukung, memotivasi, memberi masukan, dan mendoakan untuk keberhasilan serta kesuksesan penulis.
5. Saudara sepupu terdekat penulis, Hanna Fihannisa Firos yang selalu mendukung, memotivasi, menemani, dan mendoakan penulis hingga penyusunan skripsi selesai.
6. Rifqy Dwinoviansyah yang selalu mendukung, menemani, dan memberikan semangat kepada penulis.

7. Sahabat dekat penulis, Moch. Labib Zuwitanto, Adristi Rifanni, Athiyah Nafiisah, Berliana Dwi Febiyani, Gavriela Reyna, Natasya Neyla Alifia Putri, Syivana Dwi Nur Fadhilah, teman satu bimbingan, rekan-rekan mahasiswa, dan seluruh orang yang terlibat dalam kehidupan saya, yang telah membantu, mendukung, dan menciptakan kenangan baik yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Keluarga besar Laboratorium *Creative Advertising* (CREATING) UPNVJT yang telah menemani dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengembangkan keahlian dan *skill* di bidang komunikasi yang sangat berharga.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

ABSTRAKSI

Penelitian ini menganalisis strategi *personal branding* Purbaya Yudhi Sadewa sebagai pejabat publik melalui akun TikTok @purbayayudhis. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena adanya pergeseran gaya komunikasi politik di era digital, di mana pejabat negara mulai memanfaatkan platform hiburan seperti TikTok untuk membangun citra yang lebih cair dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana strategi pembentukan citra tersebut dilakukan dengan menggunakan kerangka teori *The Eight Unbreakable Laws of Personal Branding* dari Peter Montoya yang mencakup aspek *specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, dan goodwill*. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Isi kualitatif model Klaus Krippendorff, penelitian ini menemukan bahwa Purbaya Yudhi Sadewa secara efektif mengimplementasikan kedelapan hukum tersebut untuk menciptakan identitas yang unik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Purbaya Yudhi Sadewa di platform TikTok didominasi secara kuat oleh Hukum Kepribadian (*The Law of Personality*) dan Hukum Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*). Keunikan utama dari citra diri Purbaya terletak pada kemampuannya mengawinkan aspek politik-hiburan (*politainment*) dan edukasi keuangan negara (*edutainment*) secara seimbang dan organik. Berdasarkan analisis terhadap kolom komentar netizen, strategi penataan kesan (*impression management*) ini terbukti berjalan efektif memenuhi Hukum Nama Baik (*The Law of Goodwill*) yang ditandai dengan respons positif dari warganet. Penelitian ini menghasilkan konfirmasi bahwa masyarakat mengenal personal branding Purbaya Yudhi Sadewa sebagai sosok "teknokrat populis" yang ramah, jenaka, dan membumi tanpa kehilangan kredibilitas fungsionalnya sebagai pimpinan keuangan negara.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Purbaya Yudhi Sadewa, TikTok, Analisis Isi Kualitatif, Komunikasi Politik.

ABSTRACT

This research analyzes the personal branding strategy of Purbaya Yudhi Sadewa as a public official through the TikTok account @purbayayudhis. This phenomenon is compelling to investigate due to the shift in political communication styles in the digital era, where state officials have begun leveraging entertainment platforms like TikTok to build a more fluid and interactive image. This research aims to uncover how this image-building strategy is executed by employing Peter Montoya's theoretical framework, "The Eight Unbreakable Laws of Personal Branding," which encompasses specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and goodwill. Utilizing a descriptive qualitative approach with Klaus Krippendorff's qualitative content analysis method, the study finds that Purbaya Yudhi Sadewa effectively implements these eight laws to create a unique identity. The results indicate that Purbaya Yudhi Sadewa's personal branding on TikTok is heavily dominated by the Law of Personality and the Law of Distinctiveness. The primary uniqueness of Purbaya's self-image lies in his ability to blend political entertainment (politainment) and state financial education (edutainment) in a balanced and organic manner. Based on the analysis of netizens' comment sections, this impression management strategy has proven effective in satisfying the Law of Goodwill, as evidenced by positive responses from web users. This study confirms that the public perceives Purbaya Yudhi Sadewa's personal branding as a "populist technocrat" who is warm, humorous, and down-to-earth, without losing his functional credibility as a state financial leader.

Keywords: *Personal Branding, Purbaya Yudhi Sadewa, TikTok, Qualitative Content Analysis, Political Communication*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	15
2.2.1.1 Pendalaman Teori <i>Personal Branding</i> Peter Montoya.....	17
2.2.2 Tiktok dalam Konteks <i>Personal Branding</i> pada Komunikasi Digital	20
2.2.3 Analisis Isi Kualitatif Krippendorff	23
2.3 Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Definisi Konseptual.....	33
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33

3.4 Subjek dan Objek Penelitian	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Profil Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa	39
4.1.2 Profil Akun TikTok @purbayayudhis	41
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	43
4.2.1 Hasil Analisis Konten TikTok pada Akun @purbayayudhis	43
4.2.2 Pembahasan.....	96
BAB V KESIMPULAN	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran Praktis	105
5.2.2 Saran Akademik	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	111
RIWAYAT HIDUP.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pelantikan Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa.....	2
Gambar 1. 2 Akun Tiktok Pribadi Menkeu Purbaya Yudhi Sadewa	2
Gambar 1. 3 Konten 'Jadi Kaya Bersama' Purbaya.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Engagement Rate Akun Tiktok @purbayayudhis melalui Slice.id...34	
Gambar 4. 1 Foto Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa	39
Gambar 4. 2 Profil Akun TikTok Purbaya.....	41
Gambar 4. 3 Perhitungan Analitik Akun @purbayayudhis April 2026.....	42
Gambar 4. 4 Cover Konten TikTok 1 @purbayayudhis	43
Gambar 4. 5 Cover Konten TikTok 2 @purbayayudhis	48
Gambar 4. 6 Cover Konten TikTok 3 @purbayayudhis	53
Gambar 4. 7 Slide 2 Konten 3 @purbayayudhis.....	55
Gambar 4. 8 Cover Konten TikTok 4	58
Gambar 4. 9 Cover Konten TikTok 5	62
Gambar 4. 10 Cover Konten TikTok 6	67
Gambar 4. 11 Cover Konten TikTok 7	71
Gambar 4. 12 Cover Konten TikTok 8	76
Gambar 4. 13 Cover Konten TikTok 9	81
Gambar 4. 14 Kumpulan Komentar Warganet Tentang Pak Purbaya pada Konten 9.....	83
Gambar 4. 15 Cover Konten TikTok 10	86
Gambar 4. 16 Cover Konten TikTok 11	91
Gambar 4. 17 Screenshot Beberapa Komentar pada Akun TikTok @purbayayudhis	101
Gambar 4. 18 Screenshot Komentar Konten pada Akun TikTok @purbayayudhis	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
---------------------------------------	----