

## ABSTRAK

**Mohammad Noval Azka, 2040210082, “ Personal Branding ‘Dekengan Pusat’ dalam Aktivitas Dakwah Gus Iqdam pada Channel Youtube @GusIqdamofficial melalui Pendekatan Etnografi Virtual.” Skripsi Program Strata Satu (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus.**

Dengan seiring tren saat ini, kemajuan teknologi menjadikan kesempatan untuk mempromosikan aktivitas dakwah pada media sosial hal tersebut mengakibatkan maraknya konten-konten dakwah yang bertebaran di media sosial. Terlebih lagi di era persaingan ini, banyak orang memiliki keterampilan atau keahlian yang sama. Oleh karena itu, sebagai pembeda bisa melakukan *branding* yang kuat untuk diri mereka sendiri. seperti halnya Gus Iqdam dengan slogannya “*Dekengan Pusat*”. Tujuan dari penelitian ini, untuk menganalisis filosofi slogan “*Dekengan Pusat*” serta wujud *personal branding* dakwah Gus Iqdam pada *channel* YouTube @GusIqdamOfficial melalui pendekatan etnografi virtual. Selain itu juga untuk mengetahui tingkat keberhasilan *personal branding* “*Dekengan Pusat*” dalam aktivitas dakwah Gus Iqdam pada *channel* YouTube @GusIqdamOfficial.

Dalam penelitian ini digunakan teori *personal branding* dari Peter Montoya. Adapun jenis penelitiannya menggunakan jenis penelitian analisis isi (*Content Analysis*), dengan menggunakan dua pendekatan penelitian, kualitatif deskriptif (pendekatan metodologis) dan etnografi virtual (pendekatan teoretis). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan dokumentasi. Dalam pengujian keabsahan data pada penelitian ini menggunakan proses perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan triangulasi yang meliputi (triangulasi sumber dan waktu). Kemudian, pada teknik analisis data digunakan proses pengumpulan data, reduksi data, pemaparan data, pembuatan narasi atau deskripsi, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian hasil yang didapatkan, Gus Iqdam dalam membangun *personal branding* dengan slogan “*Dekengan Pusat*” berawal dari unsur ketidaksengajaan pada saat menerangkan *fadilah* salat sunnah Subuh secara tiba-tiba spontanitas keluar *joke* yang sekarang viral “*Dekengan Pusat*.” Atas keistiqamahan menyebarkan kebaikan serta penguatan citra menjadikan *channel* YouTube @GusIqdamOfficial mengalami perkembangan mulai dari beberapa peningkatan, yang dilihat dari jumlah penayangan dan jumlah *like*-nya yang terus mengalami peningkatan. *Personal Branding* Gus Iqdam dengan “*Dekengan Pusat*” sebagai metode dakwah masa kini, dianggap mampu menarik minat *mad’u* dengan melihat komentar, *like*, hingga jumlah *subscribers* pada *channel* YouTube @GusIqdamOfficial.

**Kata Kunci: *Dekengan Pusat*, *Personal Branding*, Gus Iqdam**