

ABSTRAK

Rahmadani Puji Rahayu. 190531100017. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi *Personal Branding* Kang Mus Sebagai Komunikator dalam Program Siaran Jossri Pada Radio Joss 92.7 FM Nganjuk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis strategi *personal branding* Kang Mus sebagai komunikator dalam program siaran Jossri pada Radio Joss 92.7 FM Nganjuk. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Terdapat dua teori pada penelitian ini, yaitu teori komunikasi klasik dan teori retorika Aristoteles. Subjek dari penelitian ini adalah Kang Mus sebagai penyiar program siaran Jossri pada Radio Joss 92.7 FM.

Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivis dengan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*Field Research*). Penentuan informan di sini menggunakan *purposive sampling* dimana mengambil sumber data berdasarkan kriteria tertentu berdasarkan penelitian yang dilaksanakan. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan Analisis isi (*content analysis*). Dalam penelitian ini dilakukan kebasahan data menggunakan triangulasi sumber. Penelitian ini dilakukan di kantor Radio Joss 92.7 FM yang beralamat di Jl. Bromo II No.09, Winong, Ploso, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kang Mus membentuk *personal brand* sebagai sosok orang tua yang berwibawa dan suka bercanda. Ciri khas dari Kang Mus yaitu tertawanya dan dialek daerah Nganjuk yang digunakan. Cara Kang Mus untuk lebih dikenal masyarakat yaitu dengan *Home Visit* dan membuat konten di Tiktok. Kang Mus telah menjalankan perannya sebagai seorang penyiar dengan baik.

Kata Kunci: Strategi, *Personal Branding*, Penyiar Radio, Komunikator.

ABSTRACT

Rahmadani Puji Rahayu. 190531100017. Communication Studies Program. Kang Mus' personal branding strategy as a Communicator in the Jossri Broadcast Program on Joss 92.7 FM Nganjuk Radio.

The purpose of this study is to explain and analyze Kang Mus' personal branding strategy as a communicator in the Jossri broadcast program on Joss 92.7 FM Nganjuk Radio. Researchers used a qualitative descriptive method. There are two theories in this research, namely classical communication theory and Aristotle's rhetorical theory. The subject of this research is Kang Mus as the announcer of the Jossri program on Radio Joss 92.7 FM.

Methods of data collection through observation, in-depth interviews and documentation. The paradigm used is the constructivist paradigm with the type of research that is field research. Determination of informants here uses purposive sampling which takes data sources based on certain criteria based on the research carried out. In this study, researchers will use content analysis (content analysis). In this study, data wettability was carried out using source triangulation. This research was conducted at the office of Radio Joss 92.7 FM which is located at Jl. Bromo II No.09, Winong, Ploso, Nganjuk District, Nganjuk Regency, East Java.

The results of this study indicate that Kang Mus formed a personal brand as an authoritative and playful parent. The hallmark of Kang Mus is his laugh and the Nganjuk regional dialect he uses. The way for Kang Mus to be better known to the public is by Home Visit and creating content on Tiktok. Kang Mus has carried out his role as a broadcaster well.

Keywords: Strategy, Personal Branding, Radio Broadcaster, Communicator.