

Kontroversi dan Personal Branding: Studi Kasus Timothy Ronald dalam Perspektif PR

Ananda Diva Yuliana¹, Zevilla Putri Khoirunissa², Marjam Desma Rahadhini³

^{1,2,3} Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

E-mail: divaananda136@gmail.com¹, zevillakhoirunissa64@gmail.com³

Article History:

Received: 15 Juni 2026

Revised: 03 September 2026

Accepted: 10 September 2026

Keywords:

Personal Branding, Public Relations, Reputasi, Media Sosial, Krisis Komunikasi.

Abstrak: Perkembangan media sosial membuat personal branding menjadi hal yang sangat penting bagi public figure, terutama influencer yang bergerak di bidang investasi dan bisnis digital. Melalui media sosial, seseorang dapat membangun citra sebagai sosok yang sukses, profesional, dan dipercaya oleh masyarakat. Salah satu public figure yang cukup dikenal oleh masyarakat dalam dunia investasi kripto di Indonesia adalah Timothy Ronald. Ia dikenal sebagai influencer muda yang aktif membagikan edukasi mengenai investasi dan kebebasan finansial kepada anak muda. Namun, citra positif yang telah dibangun oleh Timothy Ronald mulai menjadi sorotan setelah muncul dugaan kasus penipuan investasi kripto yang menyeret namanya. Kasus ini kemudian menimbulkan berbagai tanggapan dari masyarakat dan memengaruhi reputasi yang sebelumnya dibangun melalui media sosial. Artikel ini membahas tentang hubungan antara personal branding dan krisis reputasi melalui studi kasus Timothy Ronald dalam perspektif Public Relations (PR). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan analisis pemberitaan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra sukses dan gaya hidup mewah yang dibangun Timothy efektif menarik pengikut, namun reputasi tersebut langsung anjlok saat diterpa isu hukum. Penanganan krisis yang cenderung tertutup dan minim klarifikasi resmi justru memperparah sentimen negatif publik di media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa personal branding di dunia digital memerlukan fondasi transparansi dan manajemen komunikasi krisis yang cepat agar kepercayaan publik tidak hilang sepenuhnya saat terjadi masalah.

PENDAHULUAN

Media sosial saat ini sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Media sosial tidak hanya digunakan untuk sarana komunikasi, tapi juga dimanfaatkan sebagai sarana

untuk membangun citra diri atau *personal branding*. Banyak influencer memanfaatkan platform digital seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* untuk menunjukkan kemampuan, gaya hidup, atau identitas lain yang ingin dikenal oleh publik.

Personal branding merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap diri seseorang melalui kemampuan, karakter, dan nilai yang disampaikan secara konsisten. (Montoya & Vandehey, 2002). Public Relations, Personal Branding merupakan proses membangun persepsi masyarakat terhadap seseorang melalui komunikasi yang dilakukan secara konsisten. Personal Branding yang kuat dapat menciptakan kepercayaan publik dan meningkatkan pengaruh seseorang di media sosial.

Salah satu publik figur yang cukup dikenal dalam dunia investasi digital adalah Timothy Ronald. Ia dikenal sebagai influencer muda yang aktif membahas tentang investasi kripto dan kebebasan finansial. Konten yang dibagikan banyak menarik perhatian generasi muda karena dianggap memberikan motivasi dan edukasi mengenai dunia investasi. Melalui media sosial, Timothy Ronald membangun citra sebagai seseorang yang sukses di usia muda. Ia sering menampilkan gaya hidup modern, pencapaian finansial, serta edukasi tentang investasi aset digital. Branding tersebut membuat dirinya dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki banyak pengikut. Popularitas tersebut mulai menjadi sorotan ketika muncul dugaan kasus penipuan investasi kripto yang menyeret namanya. Kasus tersebut menimbulkan berbagai opini di masyarakat dan mempengaruhi citra yang selama ini dibangun melalui media sosial (Sultra, 2026). Pada Perspektif *Public Relations*, kasus ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan bagaimana reputasi dapat berubah ketika muncul krisis komunikasi. Pada kasus ini juga memperlihatkan bahwa personal branding bukan hanya soal popularitas, tetapi juga berkaitan dengan integritas dan kepercayaan publik.

LANDASAN TEORI

Personal Branding

Personal Branding adalah proses membentuk dan mengelola persepsi orang lain terhadap diri seseorang agar dianggap memiliki nilai, keahlian, dan keunikan tertentu yang konsisten (Harsanto et al., 2024). *Personal branding* berfungsi sebagai sarana memperkenalkan diri pada ruang publik, perlunya strategi untuk membangun reputasi diri untuk meningkatkan kredibilitas, serta menciptakan identitas diri yang membedakan dengan orang lain. *Personal Branding* merupakan cara seseorang membentuk persepsi publik melalui kemampuan, karakter, dan nilai yang dimiliki. Personal branding yang baik biasanya dibangun melalui komunikasi yang konsisten sehingga mampu menciptakan kepercayaan masyarakat (Meifilina, 2022). Komunikasi yang dilakukan dengan baik dan berkelanjutan dapat menunjukkan kompetensi dan karakter yang kuat sehingga mampu membangun hubungan yang baik dengan audiens.

Personal branding merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap diri seseorang melalui kemampuan, karakter, dan nilai yang disampaikan secara konsisten. Konsisten dalam menyampaikan pesan dapat membangun identitas diri yang kuat agar citra baik terbentuk di benak audiens sesuai. (Montoya & Vandehey, 2002). Media sosial memiliki pengaruh besar dalam pembentukan citra seseorang. Konten yang menarik dan komunikasi yang aktif dapat meningkatkan kedekatan dengan audiens serta memperkuat citra publik. (Mudak & S. Manafe, 2023).

Urgensi Personal Branding

Era digital seperti sekarang ini, personal branding menjadi hal yang semakin penting dalam

kehidupan sehari-hari. Media sosial membuat seseorang menjadi lebih mudah dikenal oleh banyak orang, baik dalam lingkungan pertemanan, pendidikan, pekerjaan, maupun dunia profesional. Oleh karena itu, cara seseorang menampilkan dirinya di depan publik akan mempengaruhi bagaimana orang lain akan memberikan penilaian. *Personal branding* bukan hanya tentang terkenal atau memiliki banyak pengikut di media sosial, tetapi juga tentang bagaimana seseorang membangun kepercayaan dan membangun identitas dirinya. *Personal branding* membantu seseorang untuk membangun identitas yang kuat sehingga lebih mudah dikenal dan dipercaya oleh publik. (Montoya & Vandehey, 2002)

Pada tingkat individu, *personal branding* membantu seseorang menunjukkan kemampuan dan kelebihan yang dimiliki sehingga lebih mudah mendapatkan peluang dalam pendidikan maupun pekerjaan. *Personal branding* dapat membentuk persepsi publik melalui komunikasi yang konsisten dan identitas diri yang positif (Meifilina, 2022). *Personal branding* dalam kehidupan sehari-hari juga terlihat pada publik figur atau *influencer* di media sosial. Salah satu contohnya adalah Timothy Ronald yang dikenal sebagai *influencer* muda yang sukses di bidang investasi kripto. Ia membangun citra sebagai anak muda yang sukses melalui konten edukasi investasi, motivasi finansial, dan gaya hidup modern. Selain pada tingkat individu, *personal branding* juga penting dalam lingkungan organisasi maupun komunitas. Seseorang yang memiliki citra positif dapat membawa pengaruh baik terhadap lingkungan yang di tempati. Sebaliknya, ketika muncul kontroversi, citra tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap organisasi atau komunitas yang berkaitan dengannya.

Pada era media sosial, *personal branding* menjadi lebih kuat karena memungkinkan seseorang berkomunikasi langsung dengan audiens dalam jumlah yang besar. Konten yang dibagikan melalui *Instagram*, *TikTok*, *YouTube* atau platform lainnya dapat mempengaruhi cara masyarakat dalam melihat seseorang karena media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk citra diri dan hubungan dengan audiens karena komunikasi dapat dilakukan secara cepat dan luas (Mudak & S. Manafe, 2023)

Personal branding juga memiliki risiko. Reputasi yang sudah dibangun dalam waktu yang lama dapat langsung menurun ketika muncul suatu masalah atau kontroversi. Oleh karena itu, seseorang perlu menjaga konsistensi, integritas, dan etika komunikasi dalam membangun citra dirinya karena *personal branding* yang efektif harus memiliki keaslian, konsistensi, dan nilai yang dapat dipercaya oleh publik (Wibowo, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti menjadi instrumen kunci dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2017). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami fenomena *personal branding* dan krisis reputasi yang terjadi pada Timothy Ronald secara lebih mendalam. Penelitian ini juga berfokus pada bagaimana masyarakat memberikan persepsi terhadap figur publik setelah muncul kontroversi di media sosial.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus dilakukan untuk menganalisis hubungan antara *personal branding*, media sosial, dan komunikasi krisis dalam perspektif *Public Relations*. Data penelitian diperoleh melalui: Studi literatur dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu mengenai *personal branding* dan *Public Relations*; Analisis pemberitaan media online terkait dugaan kasus penipuan kripto yang dikaitkan dengan Timothy Ronald; Observasi terhadap aktivitas media sosial dan tanggapan masyarakat di platform digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi dan observasi online. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan artikel berita, jurnal, dan referensi yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan observasi dilakukan dengan mengamati komunikasi yang dibangun melalui media sosial serta respons publik terhadap kasus yang terjadi.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu dengan menggambarkan fakta-fakta yang ditemukan kemudian dihubungkan dengan teori personal branding dan komunikasi krisis dalam *Public Relations*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Personal Branding Timothy Ronald di Media Sosial

Timothy Ronald dikenal sebagai salah satu influencer muda dibidang investasi dan aset kripto. Popularitasnya berkembang melalui media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *Youtube*, dan *Podcast* yang membahas topik investasi, bisnis, serta kebebasan finansial melalui konten yang dibagikan, ia membangun citra sebagai anak muda yang sukses secara finansial di usia muda. Strategi personal branding yang dilakukan Timothy Ronald terlihat dari cara ia menampilkan dirinya secara konsisten. Konten yang dibuat umumnya menggunakan gaya komunikasi santai, percaya diri, dan mudah dipahami oleh anak muda. Selain memberikan edukasi tentang investasi kripto, ia juga sering menunjukkan gaya hidup yang modern, relasi bisnis, dan pengalaman pribadinya dalam mencapai kesuksesan finansial. *Perspektif Public Relations*, strategi tersebut dapat dikatakan berhasil, karena mampu membentuk awareness dan kepercayaan publik. Banyak audiens yang melihat Timothy Ronald sebagai sosok yang berpengalaman dan layak untuk dijadikan panutan dalam dunia investasi digital.

Penggunaan media sosial menjadi faktor yang sangat penting dalam pembentukan citra tersebut. Media sosial memungkinkan komunikasi berlangsung secara cepat dengan audiens. Interaksi yang aktif melalui video, podcast, atau unggahan motivasi membuat hubungan antara *influencer* dengan pengikut menjadi lebih dekat. Hal inilah yang membuat personal branding Timothy Ronald berkembang dengan cukup kuat. Jika dikaitkan dengan teori personal branding, citra yang dibangun oleh Timothy Ronald sesuai dengan konsep karena personal branding terbentuk melalui konsistensi identitas, komunikasi, dan nilai yang ditampilkan kepada publik (Montoya & Vandehey, 2002). Terkait kasus ini, identitas yang dibangun adalah sebagai investor muda yang sukses, berani mengambil risiko, dan memahami perkembangan investasi digital.

Terlepas dari hal tersebut, *personal branding* yang kuat juga memiliki risiko yang besar. Ketika publik figur terlalu dikenal dan dipercaya masyarakat, maka setiap kontroversi yang terjadi akan lebih mudah mempengaruhi reputasi yang telah dibangun sebelumnya. Hal tersebut terlihat ketika muncul dugaan kasus penipuan investasi kripto yang kemudian akan menjadi perhatian publik.

Dampak Dugaan Kasus Penipuan Kripto terhadap Reputasi

Kontroversi mulai berkembang ketika muncul laporan dan pemberitaan mengenai dugaan penipuan investasi kripto yang dikaitkan dengan komunitas investasi yang berhubungan dengan Timothy Ronald. Kasus tersebut menjadi viral di media sosial karena melibatkan kerugian finansial dan kepercayaan masyarakat terhadap dunia investasi digital. Meskipun belum terdapat keputusan hukum yang menetapkan secara pasti keterlibatan Timothy Ronald, pemberitaan yang beredar sudah cukup mempengaruhi opini publik. Banyak masyarakat yang mulai mempertanyakan kredibilitas dan integritas dirinya sebagai influencer investasi.

Pada *Public Relations*, kondisi ini bisa disebut sebagai krisis reputasi. Reputasi yang

sebelumnya dibangun melalui konten edukasi dan motivasi mulai menurun akibat munculnya persepsi negatif dari masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa citra publik sangat bergantung pada kepercayaan audiens. Media sosial juga mempercepat penyebaran kontroversi tersebut. Jika sebelumnya media sosial digunakan untuk membangun popularitas, pada saat krisis platform yang sama justru menjadi tempat munculnya kritik, komentar negatif, dan opini publik yang berkembang secara luas. Informasi yang viral membuat masyarakat cepat memberikan penilaian, bahkan sebelum ada penjelasan resmi atau proses hukum yang selesai. Selain itu juga berdampak pada citra pribadi, kontroversi tersebut juga mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap influencer investasi secara umum. Banyak masyarakat yang lebih berhati-hati terhadap edukasi investasi yang dibagikan di media sosial. Hal ini terjadi karena publik mulai menyadari bahwa popularitas di media sosial tidak selalu menjamin kredibilitas seseorang.

Kasus ini juga menunjukkan bahwa personal branding yang terlalu berfokus pada kesuksesan finansial dapat menimbulkan ekspektasi tinggi dari publik. Ketika muncul kontroversi masyarakat cenderung merasa kecewa karena citra yang ditampilkan sebelumnya dianggap tidak sesuai dengan realitas yang terjadi.

Analisis Kasus dalam Perspektif Public Relations

Melalui perspektif *Public Relations*, kasus Timothy Ronald menunjukkan pentingnya menjaga reputasi dan kepercayaan publik. *Personal branding* memang dapat membantu seseorang menjadi terkenal dan memiliki pengaruh besar, tetapi reputasi tidak hanya dibangun dari popularitas. Reputasi juga bergantung pada integritas, transparansi, dan tanggung jawab komunikasi. Salah satu fungsi *Public Relations* adalah menjaga hubungan baik dengan publik melalui komunikasi yang tepat. Ketika muncul kontroversi, publik figur perlu memberikan penjelasan yang jelas agar tidak menimbulkan spekulasi yang semakin luas. Jika komunikasi krisis tidak dilakukan dengan baik, maka opini negatif masyarakat akan berkembang lebih cepat dibandingkan dengan klarifikasi yang diberikan.

Kasus ini juga memperlihatkan bahwa media sosial memiliki dua sisi. Di sisi lain, media sosial efektif digunakan untuk membangun personal branding dan memperluas pengaruh seseorang. Akan tetapi, media sosial juga dapat menjadi sumber krisis reputasi ketika muncul masalah atau kontroversi.

Dari sudut pandang komunikasi krisis, terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian dalam kasus ini, yaitu: Pentingnya menjaga kredibilitas sebelum dan sesudah terjadi krisis; Perlunya transparansi terhadap publik; Kemampuan memberikan klarifikasi yang cepat; Pentingnya membangun komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada popularitas. Selain itu, kasus Timothy Ronald juga menunjukkan bahwa figur publik yang bergerak di bidang investasi memiliki tanggung jawab moral yang besar karena informasi yang disampaikan dapat memengaruhi keputusan finansial masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan harus lebih berhati-hati agar tidak menimbulkan kesalahpahaman maupun kerugian bagi audiens.

Secara keseluruhan kasus ini membuktikan bahwa personal branding yang kuat memang mampu untuk membangun popularitas dengan cepat, akan tetapi reputasi dapat menurun dalam waktu singkat ketika muncul kontroversi yang mempengaruhi kepercayaan publik. Berdasarkan *Public Relations*, menjaga reputasi bukan hanya tentang membangun citra yang positif tetapi juga tentang mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui tindakan dan komunikasi yang bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Personal branding memiliki pengaruh yang besar dalam membangun citra dan kepercayaan publik, terutama di era media sosial. Timothy Ronald berhasil membangun personal branding sebagai influencer media sosial yang sukses dibidang investasi kripto melalui konten edukasi, motivasi finansial, dan gaya hidup yang modern.

Berdasarkan dugaan kasus yang muncul penipuan kripto menunjukkan bahwa reputasi dapat mengalami penurunan ketika muncul kontroversi yang memengaruhi kepercayaan masyarakat. Demikian pada perspektif *Public Relations*, kasus ini menunjukkan pentingnya menjaga integritas, transparansi, dan etika komunikasi dalam membangun hubungan dengan publik. Kasus Timothy Ronald juga menjadi contoh bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun reputasi, akan tetapi juga dapat mempercepat penyebaran krisis reputasi apabila tidak dikelola dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Asad, E. W., & Wiwitan, T. (2025). Pengalaman Self-Compassion untuk Mempertahankan Personal Branding di Media Sosial. 157–164.
- Harsanto, Rahadhini, M. D., & Wening, N. (2024). *PUBLIC RELATIONS Pendekatan Strategik dan Teknologi Informasi*.
- Meifilina, A. (2022). *Pelatihan personal branding dalam membangun citra diri*. 2(1), 32–48. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/scs/article/view/2410/1351>
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Peter Montoya Inc.
- Mudak, S., & S. Manafe, F. (2023). Pemulihan Citra Diri Remaja Madya: Integrasi Psikologi dan Teologi. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 5(1), 60–72. <https://doi.org/10.37364/jireh.v5i1.143>
- Stevani, A. (2025). Strategi Komunikasi Krisis: Respons Perusahaan Terhadap Skandal Personal Brand Ambassador. 8(1), 64–76.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (25th ed.). ALFABETA.
- Sultra, M. (2026). *Timothy Ronald Dipolisikan Terkait Dugaan Penipuan Kripto*. <https://www.sultramedia.id/berita/timothy-ronald-dipolisikan-terkait-dugaan-penipuan-kripto/>
- Wibowo, M. C. (2024). *Personal branding*. Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Widiyowati, E., Sarungu, L. M., & Wicaksono, A. B. (2025). Personal brand ing: Strategi Membangun Reputasi Diri di Era Media Sosial. 14(2), 2406–2416.