



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Shania Indriani
44217010165

Penggunaan Social Media Instagram Sebagai Wadah Brand Endorsement Melalui Personal Branding Lesty Kejora
Bibliografi : 5 Bab 145 Hal +Lampiran+ 25 Buku (2002 - 2015)

ABSTRAK

Pada era saat ini, para pelaku bisnis dituntut untuk harus lebih kreatif dalam mempromosikan barang dagangan yang mereka pasarkan, bukan hanya sekedar menentukan harga yang menarik, kemudian menyalurkannya kepada konsumen, tetapi perlu juga untuk berkomunikasi dengan para pelanggan mereka di masa yang akan datang. *Endorse* atau *Endorsement* merupakan sebuah dukungan yang diberikan oleh seseorang yang sudah menjadi terkenal, terhadap suatu produk yang dijual oleh suatu bisnis atau perusahaan.

Peneliti menjabarkan fokus tersebut menjadi tiga bagian, yaitu New Media, Endorsement, Personal Branding. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini berada pada paradigma postpositivisme.

Penelitian mengungkapkan bahwa bentuk personal branding yang dibangun oleh artis Lesty Kejora dalam social media Instagramnya membentuk karakter atau kepribadian sebagai influence juga penyanyi kalangan muda muslimah yang sederhana

Dengan demikian melakukan kegiatan endorsement pun pihak Lesty Kejora juga melakukan langkah preventif agar tidak terlibat dan mencegah menyebarkan sebuah produk palsu atau berbahaya yang dapat merusak nama baik, demi menjaga citra dan personal branding sang artis

Kata Kunci : New Media, Endorsement, Personal Branding.



**FACULTY OF COMMUNICATION
MERCU BUANA UNIVERSITY**

THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET

Name : Shania Indriani
Student ID : 44217010165
Faculty : Communication
Study Program : Public Relations
Title : The Use of Instagram Social Media as a Place for Brand
Endorsement through Lesty Kejora's Personal Branding
Biography : 5 Chapter 145 Pages +Appendix+ 25 Books (2002 - 2015)

ABSTRACT

In the current era, Business actors are required to be more creative in promoting the merchandise they market, not just determining attractive prices, then distributing them to consumers, but also communicating with their customers in the future. Endorsement or Endorsement is an endorsement given by someone who has become famous, for a product sold by a business or company.

The researcher describes the focus into three parts, namely New Media, Endorsement, and Personal Branding. The researcher used descriptive qualitative research method with a case study approach. This research is in the postpositivism paradigm.

Research reveals that the form of personal branding built by artist Lesty Kejora in her Instagram social media forms a character or personality as an influence as well as a simple young Muslim singer.

Thus, doing endorsement activities, Lesty Kejora also takes preventive steps so as not to get involved and prevent spreading a fake or dangerous product that can damage the good name, in order to maintain the image and personal branding of the artist.

Keywords: New Media, Endorsement, Personal Branding.