

## ABSTRAK

<b>Nama</b>	: Tariza Dwi Setyowati
<b>NIM</b>	: 44219110156
<b>Program Studi</b>	: Public Relations
<b>Judul Laporan Skripsi</b>	: Analisis Resepsi Audiens mengenai Personal Branding Dwi Handayani Syah Putri dalam Akun Instagram @Dwihandaanda
<b>Pembimbing</b>	: Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah menciptakan berbagai saluran media untuk pertukaran atau penyebaran informasi. Salah satunya media sosial Instagram yang berfungsi sebagai sarana pembentukan personal branding.

Melalui akun Instagramnya Dwi Handayani Syah Putri memiliki personal branding yang membedakannya dengan Influencer lain yaitu kesederhanaannya dan pribadinya yang konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemaknaan audiens mengenai personal branding Dwi Handayani Syah Putri dalam akun Instagram @Dwihandaanda. Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivis dengan pendekatan kualitatif. Dengan metode Analisis Resepsi.

Penelitian ini memperoleh data primer dengan wawancara pada followers akun Instagram @Dwihandaanda. Analisis data diawali dengan reduksi analisis serta diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini menggunakan keabsahan data triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua informan menempati posisi hegemoni dominan yang artinya semua informan menerima personal branding yang dibuat oleh Dwi Handayani Syah Putri. Yaitu pada konsep Spesialisasi, Perbedaan, Keteguhan, Kepribadian serta Nama baik. Pada proses wawancara tidak ditemukan resepsi yang menolak personal branding Dwi Handayani Syah Putri. Maka, bisa dikatakan Dwi Handayani Syah Putri memenuhi kriteria yang ada dalam personal Branding.

Kata kunci : Pemaknaan Personal Branding, Analisis Resepsi, Media Sosial.

## ABSTRACT

**Name** : Tariza Dwi Setyowati  
**NIM** : 44219110156  
**Study Program** : Public Relations  
**Title of Thesis Report** : Analysis of Audience Reception regarding Dwi Handayani Syah Putri's Personal Branding on the @Dwihandaanda Instagram Account  
**Counsellor** : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

The current development of information and communication technology has created various media channels for the exchange or dissemination of information. One of them is Instagram social media which functions as a means of forming personal branding.

Through her Instagram account, Dwi Handayani Syah Putri has a personal branding that distinguishes her from other influencers, namely her simplicity and consistent personality. This study aims to analyze how the audience interprets Dwi Handayani Syah Putri's personal branding on the Instagram account @Dwihandaanda. This study uses a constructivist paradigm with a qualitative approach. With the Reception Analysis method.

This study obtained primary data by interviewing followers of the Instagram account @Dwihandaanda. Data analysis begins with analysis reduction and ends with drawing conclusions. In this study using the validity of source triangulation data.

The results of this study indicate that all informants occupy a dominant hegemonic position, which means that all informants accept the personal branding created by Dwi Handayani Syah Putri. Namely on the concept of Specialization, Difference, Firmness, Personality and Good Name. In the interview process, there were no receptionists who rejected Dwi Handayani Syah Putri's personal branding. So, it can be said that Dwi Handayani Syah Putri meets the criteria in personal branding.

**Keywords:** Meaning of Personal Branding, Reception Analysis, Social Media.