



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dinda Marini
44216120161

Personal Branding Arimbi Dinti Melalui Akun Instagram Pribadi @Arimbi_Dinti
Bibliografi : 5 Bab 80 Hal + 16 Lampiran + 13 Buku + 8 Jurnal

ABSTRAK

Instagram kini menjadi platform yang populer dipilih sebagai media personal branding yang populer dan bisa menjadi salah satu platform yang dapat mengemas budaya tradisional. Personal Branding adalah cerminan kemampuan, keahlian, proses membawa skill, kepribadian dan karakteristik unik seseorang dan kemudian membungkusnya menjadi sebuah identitas yang mampu menunjukkan keistimewaan dan keunggulan seseorang dalam bidang tertentu. Yang dibangun secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan untuk membangun dan menampilkan citra dirinya. Salah satu pengguna Instagram yang memanfaatkan Instagram sebagai media personal branding Arimbi Dinti. Arimbi Dinti memanfaatkan akun instagramnya @arimbi_dinti untuk mengkomunikasikan dirinya sebagai seorang model yang memiliki makna dan nilai yang dapat dilihat oleh seluruh pengguna instagram terutama terkait dengan kemampuannya sebagai model.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik dengan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer observasi dan wawancara mendalam terhadap dua narasumber Arimbi Dinti sebagai key informan dan followers akun Instagram @Arimbi_Dinti sebagai informan, data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi terkait dengan hal-hal apa saja yang di upload di Instagram stories oleh subjek penelitian. Langkah analisis data yang ditempuh ialah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 8 aspek pembentukan personal branding yang terdiri dari aspek spesialisasi (*specialization*), kepemimpinan (*leadership*), kepribadian (*personality*), perbedaan (*distinctiveness*), terlihat (*visibility*), kesatuan (*unity*), keteguhan (*persistence*) dan nama baik (*goodwill*) diterapkan dengan sangat baik oleh Arimbi Dinti pada akun Instagram @Arimbi_Dinti sehingga personal branding yang dilakukan Arimbi Dinti pada akun Instagram @Arimbi_dinti dapat digunakan untuk meningkatkan nilai jual kemampuannya hal ini sama dengan tujuan public relation pada umumnya yang menjadi pembeda adalah jika personal branding melakukannya untuk individual saja dengan menyatukan media sosial melalui upaya yang dilakukannya melalui media sosial Instagram.

Kata kunci: *Personal branding, Selebgram, Instagram.*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dinda Marini
44216120161

Personal Branding Arimbi Dinti Melalui Akun Instagram Pribadi @Arimbi_Dinti
Bibliography : 5 Chapters 80 Pages + 16 Appendices + 13 Books + 8 Journals

ABSTRACT

Instagram is now a popular platform chosen as a popular personal branding medium and can be a platform that can package traditional culture. Personal Branding is a reflection of abilities, expertise, the process of bringing one's skills, personality and unique characteristics and then wrapping them into an identity that is able to show one's specialties and superiority in a particular field. Which was built intentionally or unintentionally with the aim of building and displaying his image. One Instagram user who uses Instagram as Arimbi Dinti's personal branding media. Arimbi Dinti uses his Instagram account @arimbi_dinti to communicate himself as a model that has meaning and value that can be seen by all Instagram users, especially related to his abilities as a model.

This research uses post-positivistic paradigm with descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study used primary data of observation and in-depth interviews with two sources Arimbi Dinti as key informants and followers of the Instagram account @Arimbi_Dinti as informants, secondary data in this study is documentation related to what things are uploaded on Instagram stories by research subjects. The data analysis steps taken are data reduction, data presentation and conclusion

The results of the study show that 8 aspects of personal branding formation consist of aspects of specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence and good name. (goodwill) was implemented very well by Arimbi Dinti on the Instagram account @Arimbi_Dinti so that the personal branding carried out by Arimbi Dinti on the Instagram account @Arimbi_dinti can be used to increase the selling value of its capabilities, this is the same as the purpose of public relations in general, the difference is if personal branding do it for individuals only by uniting social media through the efforts made through social media Instagram.

Keywords: *Personal branding, Selebgram, Instagram.*