



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Miranti Anandifa Wildan
44216310014

Personal Branding Jerome Polin Dalam Komunikasi Produk Menantea di Media Sosial Instagram

Bibliografi : 5 Bab 60 Hal + Lampiran + 24 Buku + 2 Jurnal + 3 Internet

ABSTRAK

Personal branding menunjukkan siapa diri anda, apa yang dilakukan serta apa yang membuat diri anda berbeda dengan orang lain atau juga bagaimana anda mampu menciptakan sesuatu yang unik terhadap lingkungan sekitar. Jerome dan Jehian membuka bisnis minuman yang diberi nama Menantea. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan fungsi *personal branding* Jerome Polin dalam Membangun Komunikasi Produk dalam Media Instagram.

Tipe Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, dilakukan pada akun Instagram @menantea.toko.

Hasil penelitian menunjukkan *personal branding* Jerome polin telah melakukan strategi membangun *personal branding* Menantea melalui empat strategi yakni *deteremine who you are*, *determine what you do*, *position yourself*, dan *manage your brand*. Menantea menjadi lebih dikenal dan dekat dengan Neteazen dan membangun kepercayaan Neteazen terhadap produk Menantea. Komunikasi produk yang dilakukan oleh Menantea menjadi lebih mudah diterima oleh Neteazen sebab *image* baik tentang produk yang sudah tertanam di benak Neteazen. Media sosial memberikan peluang bagi Menantea untuk berinteraksi dengan followers dan membangun komunikasi produk melalui *personal branding* Jerome Polin.

Kata Kunci: *Personal Branding, Personal Branding Pyramid, Intagram, Komunikasi Produk*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Miranti Anandifa Wildan
44216310014
Personal Branding Jerome Polin Dalam Komunikasi Produk Menantea di Media Sosial Instagram

Bibliografi : 5 Chapter 60 Page + Attachemnt + 24 Book + 2 Jornal + 3 Internet

ABSTRAK

Personal branding shows who you are, what you do and what makes you different from others or how you are able to create something unique to the surrounding environment. Jerome and Jehian opened a beverage business called Menantea. This researcher aims to find out and explain the personal branding function of Jerome Polin in Building Product Communication in Instagram Media.

The type of research used in this research is descriptive qualitative approach, constructivism paradigm. The methods used are observation, interviews, and documentation, conducted on the Instagram account @menantea.toko.

The results showed that Jerome Polin's personal branding has carried out a strategy to build Menantea's personal branding through four strategies, namely determine who you are, determine what you do, position yourself, and manage your brand. These strategies have succeeded in making Menantea better known and closer to Neteazen and building Neteazen's trust in Menantea products. Product communication carried out by Menantea is easier for Neteazen to accept because of the good image of the product that has been embedded in Neteazen's mind. Social media provides an opportunity for Menantea to interact with followers and build product communication through Jerome Polin's personal branding.

Keywords: *Personal Branding, Personal Branding Pyramid, Intagram, ProductCommunication*