

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

PERSONAL BRANDING INFLUENCER ADZILLANIE NURUL IZZATI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS ISI PADA AKUN INSTAGRAM @Adzillanie)

Farah Nabila Haya

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76617&lokasi=lokal>

Abstrak

Personal branding merupakan merk pribadi kita, bagaimana kita ingin dilihat oleh orang lain, bagaimana kesan orang lain terhadap diri kita. Dengan memperkuat personal branding, maka orang lain akan melihat kita dengan unik dan berbeda dari kebanyakan orang. Dalam melakukan personal branding dapat dilakukan dimana pun, salah satunya memanfaatkan aplikasi Instagram. Aplikasi yang pada awal kemunculannya ini dipandang negative oleh masyarakat, kini mampu menjadi aplikasi yang dapat digunakan untuk sarana informasi dan membangun citra diri yang positif. Hal ini pula yang dilakukan Adzillanie Nurul Izzati dalam akun Instagram miliknya yang menampilkan berbagai informasi seputar skin care dan make up yang tentunya membantu khalayak khususnya para pengikutnya. Penelitian ini mengkaji bagaimana pembentukan personal branding Adzillanie Nurul Izzati pada akun Instagram @Adzillanie.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode analisis isi dengan teknik dokumentasi dan wawancara mendalam. Penelitian ini menggunakan teori personal branding Peter Montoya yang terdapat 8 hukum pembentukan personal branding pada diri seseorang. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori manajemen kesan dari Erving Goffman yang dimana terdapat pengelolaan kesan terbentuk ketika individu berinteraksi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa personal branding yang dibangun Adzillanie Nurul Izzati telah memenuhi 8 hukum Peter Montoya, yaitu Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Terlihat, Kesatuan, Keteguhan, dan Nama Baik. Selain itu, branding yang dilakukan pun sesuai dengan teori manajemen kesan Erving Goffman, yaitu seorang yang mudah disukai dengan strateginya dalam memberikan informasi, seorang yang berkompeten dalam keahliannya dalam bidang kecantikan merupakan sosok yang mengedukasi, seorang yang dapat dijadikan motivasi bagi orang lain atas segala usaha dirinya dalam merawat kulit wajahnya, dan seorang yang menampilkan sikap ambisius dalam pantang menyerah seperti dalam hal mencoba hal unik dengan make up.

Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan konsep personal branding lain untuk dilanjutkan menuju ranah yang lebih besar atau menggunakan pendekatan kuantitatif agar data yang diperoleh lebih valid.