

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Personal Branding Penulis Naskah Nadhifa Allya Tsana (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @Rintiksedu).

Nurritzky Bening Btari Ninda

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76699&lokasi=lokal>

Abstrak

Media sosial kini menjadi sarana yang banyak diminati sebagai media promosi atau branding baik jasa, barang, maupun diri (personal branding). Personal branding merupakan merek pribadi yang bersangkutan dengan bagaimana kita ingin dilihat orang lain dan bagaimana kesan yang ingin kita tampilkan kepada orang lain. Personal branding yang kuat ditentukan pula dengan pemilihan strategi serta media yang tepat dalam pembentukannya. Hal ini juga dilakukan Nadhifa Allya Tsana seorang penulis naskah yang membentuk personal branding-nya melalui media sosial Instagram dengan akun Instagram @rintiksedu. Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana bentuk personal branding Nadhifa Allya Tsana dan unsur personal branding apa yang paling dominan pada akun Instagram @rintiksedu. Penelitian ini menggunakan paradigma postpositive dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori authentic personal branding Rampersad dengan 11 kriteria personal branding dan teori manajemen kesan yang digagas oleh Erving Goffman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada akun @rintiksedu Tsana telah memenuhi 11 kriteria personal branding yang digagas oleh Rampersad yaitu keotentikan, integritas, konsisten, spesialisasi, wibawa, keberbedaan, relevan, visibilitas, kegigihan, kebaikan dan kinerja dengan unsur yang paling dominan adalah relevan dan spesialisasi. Selain itu branding yang dilakukan Tsana pun sesuai dengan strategi pengelolaan kesan yang digagas oleh Erving Goffman yaitu menampilkan hal positif, promosi diri dan pemberian contoh.