Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Personal Branding Pilar Saga Ichsan di Media Sosial (Analisis Isi Pesan Akun Instagram @Pilarsaga_Official)

Yusuf Maulana Syahdiatmoko

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76741&lokasi=lokal

---

Abstrak

Instagram telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dalam kehidupan sosial. Umumnya instagram secara harfiah dipakai hanya untuk bersenang-senang atau sekadar hiburan pribadi untuk menghilangkan kepenatan. Kini instagram juga digunakan sebagai tempat atau media untuk melakukan personal branding. Penelitian ini berfokus meneliti bagaimana bentuk personal branding yang dilakukan oleh Pilar Saga Ichsan melalui instagram.

Peneliti menggunakan Teori Manajemen Kesan dan 8 konsep pembentukan personal branding Peter Montoya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dengan metode analisis isi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat 18 postingan mulai tanggal 3 Maret 2020 hingga 1 Januari 2021 yang menggunakan 8 konsep pembentukan personal branding Peter Montoya, diantaranya spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan dan nama baik. Dari 8 konsep tersebut yang paling banyak digunakan adalah terlihat. Dari konsep tersebut dapat diartikan bahwa Pilar cenderung lebih ingin dilihat dan dikenal oleh khalayak luas dengan cara selalu tampil pada setiap perayaan hari-hari besar lewat postingan-postingannya.