

ABSTRAK

Rica Puspita Sari: *Personal Branding Sindy Setiawati Di Instagram*

Di era digital saat ini banyak masyarakat yang menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial digunakan oleh semua kalangan dan jangkauannya pun lebih luas. Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial untuk mencari tempat hiburan dan juga terdapat masyarakat yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk membangun *personal branding*. Salah satu media sosial yang ramai digunakan adalah instagram. Sudah banyak masyarakat yang memanfaatkan instagram untuk membangun *personal branding* apalagi anak muda. Salah satunya adalah Sindy Setiawati yang memanfaatkan instagramnya untuk membangun *personal branding*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana 1) Spesialisasi (*law of specialization*), 2) Kepemimpinan (*law of leadership*), 3) Kepribadian (*law of personality*) Sindy di instagram. Penelitian ini menggunakan konsep yang relevan dengan apa yang akan dibahas. Penelitian ini menggunakan konsep *personal branding* dari Peter Montoya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan interpretif dan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan analisis deskriptif dengan data primer dan sekunder. Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan adalah observasi parsifasi pasif dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* Sindy Setawaiti di intagram memenuhi konsep *personal branding* dari Peter Montoya yaitu: 1) Spesialisasi (*law of specialization*): Sindy memiliki karakter yang produktif, aktif, dan berprestasi. 2) Kepemimpinan (*law of leadership*): Sindy unggul dalam public speaking dan dinilai layak untuk dijadikan *millenial influencer*. 3) Kepribadian (*law of personality*): Sindy interaktif dengan *followersnya* dan pribadi yang tidak besar hati.

Kata Kunci: *Personal branding, Instagram, Sindy*

ABSTRACT

Rica Puspita Sari: *Sindy Setiawati's Personal Branding on Instagram*

In today's digital era, many people use social media. The use of social media is used by all groups and its reach is wider. Many people use social media to find places of entertainment and there are also people who use social media as a place to build personal branding. One of the most widely used social media is Instagram. Many people have used Instagram to build personal branding, especially young people. One of them is Sindy Setiawati who uses her Instagram to build personal branding.

This study was conducted to find out how 1) Specialization (law of specialization), 2) Leadership (law of leadership), 3) Sindy's personality (law of personality) on Instagram. This study uses concepts that are relevant to what will be discussed. This study uses the personal branding concept of Peter Montoya. The approach used in this research is the interpretive approach and constructivism paradigm. The method used is descriptive analysis with primary and secondary data. The data collection technique used is active non-participatory observation and in-depth interviews.

The results of this study indicate that Sindy Setawaiti's personal branding on Instagram fulfills the personal branding concept of Peter Montoya, namely: 1) Specialization (law of specialization): Sindy has a productive, active, and accomplished character. 2) Leadership (law of leadership): Sindy excels in public speaking and is considered worthy of being a millennial influencer. 3) Personality (law of personality): Sindy is interactive with her followers and is not a big hearted person.

Keywords: *Personal branding, Instagram, Sindy*