

ABSTRAK

Nabilah Ramadhani: Penerapan Personal Branding Syifa Adinda Negara Sebagai K-pop *Influencer* di Media Sosial Instagram

Personal branding saat ini menjadi fenomena populer terlihat dari banyaknya *influencer* atau seleb yang bermunculan di berbagai media sosial terlebih instagram. Kehadiran media sosial instagram memberi banyak ruang bagi penggunanya untuk membangun peluang *personal brand* mereka agar terlihat dan diketahui masyarakat. Dinda merupakan salah seorang k-pop *influencer* yang memanfaatkan media sosial instagram dengan baik sehingga ia dikenal publik terhadap *brand* yang ia miliki.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *personal branding* yang dilakukan Syifa Adinda Negara melalui akun media sosial instagramnya terkait karakter *personal branding* Syifa Adinda Negara, visibilitas *personal branding* Syifa Adinda Negara dan kualitas *personal branding* Syifa Adinda Negara.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan teknik analisis data kualitatif serta teknik pengumpulan data melalui observasi non partisipan dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan *personal branding* yang dilakukan Syifa Adinda Negara pada akun media sosial instagramnya yaitu: 1) Karakter: Dinda melaksanakan empat hukum *personal branding* a) spesialisasi yaitu k-pop dan bahasa, b) kepemimpinan yaitu menguasai bahasa asing dan menjadi akademisi berprestasi, c) kepribadian yaitu dengan tidak besar hati dan interaktif kepada penggemar, d) perbedaan yaitu isi konten *multilingual song cover* dan cara berpakaian yang syar'i. 2) Visibilitas: Dinda melaksanakan dua hukum *personal branding* a) terlihat yaitu dengan memanfaatkan peluang yang hadir dan mampu menghadapi spontanitas dengan baik, b) kesatuan yaitu dengan menjadi diri sendiri dan inovatif dalam berkonten. 3) Kualitas: Dinda melaksanakan dua hukum *personal branding* a) keteguhan yaitu dengan konsisten dalam berkonten, b) nama baik yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan pengikut di instagram, *influencer*, dan klien.

Kata kunci: *Personal Branding, K-pop influencer, Instagram*

ABSTRACT

Nabilah Ramadhani: Implementation of Personal Branding Syifa Adinda Negara as a K-pop Influencer on Social Media Instagram

Personal branding is currently a popular phenomenon, as can be seen from the many influencers or celebrities that have sprung up on various social media, especially instagram. The presence of instagram social media provides a lot of space for users to build their personal brand opportunities to be seen and known by the public. Dinda is one of the k-pop influencers who utilizes instagram social media well so that she is known to the public for her brand.

This study aims to find out Syifa dinda Negara's personal branding through her instagram social media account is related to Syifa Adinda Negara's personal branding character, Syifa Adinda Negara's personal branding visibility and Syifa Adinda Negara's personal branding quality.

The approach used in this research is a qualitative approach and constructivism paradigm. The method used is descriptive method with qualitative data analysis techniques and data collection techniques through non-participant observation and interviews.

The results of the research shot that Syifa Adinda Negara's personal branding on her social media instagram are: 1) Character: Dinda carries out four laws of personal branding by Montoya a) specialization, namely k-pop and languanges, b) leadership, namely mastering foreign languanges and becoming an academic achiever, c) personality, namely not being big hearted and interactive with followers, d) distinctiveness, namely the content of the multilingual song cover content and the syar'i way of dressing. 2) Visibility: Dinda implements two laws of personal branding by Montoya a) Visibility, namely by taking advantage of opportunities that are present and being able to deal with spontaneity well, b) unity, namely by being herself and being innovative in content. 3) Quality: Dinda implements two laws of personal branding by Montoya a) persistance, namely being consistent in content, b) good will, namely by establishing good relationships with followers on instagram, influencers, and clients.

Key words: Personal Branding, K-pop Influencer, Instagram