

## ABSTRAK

**Muhammad Rivani Al-Fiqri** : *Personal Branding* Muhammad Shohibul Fikri di Media Sosial Instagram (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @shohibulfikri)

Personal branding terkait bagaimana individu ingin dilihat dan dikenal oleh masyarakat. Personal branding dapat mencakup keahlian, pekerjaan, rutinitas dan lain sebagainya yang mana akan memudahkan dikenalnya seseorang karena memiliki ciri khas tersendiri. Penilaian yang tergambar dari pemikiran orang lain akan muncul sesuai dengan apa yang ia perlihatkan.

Personal branding dapat dilakukan siapapun, tak terkecuali seorang atlet. Atlet bulu tangkis di era sekarang pekerjaannya sudah bukan hanya bermain bagus dan menjadi juara namun juga bisa mencari penghasilan lain melalui sponsor, iklan, endorse dan lain sebagainya yang bisa dilakukan melalui sosial media, salah satunya adalah Instagram.

Salah satu atlet bulu tangkis yang terkenal adalah Muhammad Shohibul Fikri, pemuda berusia 22 tahun asal Bandung yang memiliki akun media sosial Instagram @shohibulfikri dengan 167 ribu pengikut. Ia membangun personal branding dengan membagikan kiriman melalui akun instagramnya. Kiriman yang dibagikan berupa aktivitas bermain bulu tangkis, prestasi, dedikasi, serta keluarga.

Penguatan personal branding perlu dilakukan mengingat semakin pesatnya persaingan dewasa ini, Shohibul Fikri sebagai tokoh publik memasarkan dirinya dengan menonjolkan jati diri sesungguhnya dan mengedepankan prestasi.

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui langkah pembentukan personal branding Shohibul Fikri melalui Instagram @shohibulfikri. Model Authentic Personal Branding digunakan Shohibul Fikri dalam membangun branding dirinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi secara deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivistik dengan dibantu data primer dan sekunder serta teknik pengumpulan data melalui wawancara tidak terstruktur dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya kegiatan personal branding yang dilakukan Shohibul Fikri mencakup empat langkah yakni tahap menampilkan keotentikan (Authenticity), tahap membentuk spesialisasi (Specialization), dan tahap menampilkan kegigihan (Persistence). Penelitian ini menghasilkan simpulan bahwasannya Shohibul Fikri memanfaatkan instagram untuk membagikan konten-konten yang mencerminkan dirinya sebagai atlet bulu tangkis muda yang berprestasi, gigih, dan profesional.

Kata Kunci:

Personal Branding, Atlet, Shohibul Fikri

## **ABSTRACT**

**Muhammad Rivan Al-Fiqri** : *Personal Branding of Muhammad Shohibul Fikri on Instagram Social Media (Qualitative Descriptive Analysis on Instagram Account @shohibulfikri)*

*Personal branding is related to how individuals want to be seen and known by the public. Personal branding can include skills, work, routines and so on which will make it easier for someone to recognize someone because they have their own characteristics. The judgment that is drawn from the thoughts of others will appear according to what he shows.*

*Personal branding can be done by anyone, including an athlete. Badminton athletes in the current era do not only play well and become champions, but also earn other income through sponsors, advertisements, endorsements and so on that can be done through social media, one of which is Instagram.*

*One of the famous badminton athletes is Muhammad Shohibul Fikri, a 22-year-old young man from Bandung who has a social media account Instagram @shohibulfikri with 167,000 followers. He builds personal branding by sharing posts through his Instagram account. The submissions are in the form of badminton playing activities, achievements, dedication, and family.*

*Strengthening personal branding needs to be done considering the increasingly rapid competition nowadays, Shohibul Fikri as a public figure markets himself by highlighting his true identity and prioritizing achievements.*

*The research was conducted with the aim of knowing the steps for establishing Shohibul Fikri's personal branding through Instagram @shohibulfikri. Shohibul Fikri uses the Authentic Personal Branding model in building his own branding. This research uses a descriptive study approach and uses a constructivist paradigm with the help of primary and secondary data and data collection techniques through unstructured interviews and observation.*

*The results of this study indicate that the personal branding activities carried out by Shohibul Fikri include four steps, namely the stage of displaying authenticity (Authenticity), the stage of forming specialization (Specialization), and the stage of displaying persistence (Persistence). This research concludes that Shohibul Fikri uses Instagram to share content that reflects himself as a young badminton athlete who excels, is persistent, and professional.*

**Keywords:**

*Personal Branding, Athlete, Shohibul Fikri*