ABSTRAK

Arudzio Abel Zulkifli: Penerapan *Personal Branding Public Relations Officer* PT KAI (PERSERO) melalui media sosial *Instagram* Danang Nuvika Ruswantara @roeswantara

Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh Danang untuk penerapan personal branding Public Relations. Pada tahun 2015 pengelolaan konten yang dikelola oleh @roeswantara masih menggunakan instagram @duniadalamkereta hingga sampai saat ini tetapi penyebaran informasi terkait branding dirinya tidak sebanyak di akun @roeswantara. Seiring berjalannya waktu, Instagram @roeswantara mulai banyak membuat konten terkait dengan kegiatan public relations dan dilakukan melalui instagram @duniadalamkereta serta @keretaapikita,terdapat konten yang menarik dan informatif sehingga dapat menimbulkan kepercayaan publik.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan Personal Branding Instagram @roeswanatara dalam melakukan kegiatan branding dirinya melalui konsep Authentic Personal Branding yang dikemukakan oleh Hubert K Rampersad. Konsep tesebut salah satunya terdiri atas lima tahapan yaitu Consistency (konsistensi), Specialization (spesialisasi), Authentic (keotentikan), Performance (kinerja) dan Presistence (kegigihan).Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menggunakanmetode tersebut karena ingin menggambarkan mengenai Penerapan Personal Branding Instagram @roeswantara sesuai dengan fakta di lapangan.

Hasil penelitian menunjukan bahwa penerapan Personal Branding Instagram yang dilakukan @roeswantara dalam membuat strategi Authentic Personal Branding terbagi menjadi beberapa tahap. (1) Tahap consistency dibangun melalui *employee branding*,sehingga menghasilkan konsistensi dan ahklak yang lebih baik serta menjadikan pribadi yang lebih disiplin.(2) Tahap specialization atau spesialisasi dilakukan dengan konten yang berfokus pada satu tujuan yaitu membahas Kereta api dan pelayanannya,sehingga mendapatkan respon yang baik dari pengikut. (3) Tahap Authentic dilakukan dengan membuat ciri khas yang unik,serta kejujuran yang dapat membuat keotentikan dalam membuat konten. (4) Tahap Performance menghasilkan reputasi yang baik untuk perusahaan maupun pribadi (5) Tahap Persistence menghasilkan fokus kepada satu tujuan,menjadikan perusahaan lain tertarik untuk kerja sama atau terlibat.

Kata Kunci: Merek pribadi, Citra Baik, Otentik, Instagram

ABSTRACT

Arudzio Abel Zulkifli: *Implementation of Personal Branding for the Public Relations Officer of PT KAI (PERSERO) through Instagram Social Media by Danang Nuvika Ruswantara @roeswantara*

Instagram serves as one of the social media platforms utilized by Danang for applying personal branding in Public Relations. In 2015, content management overseen by @roeswantara still utilized the Instagram account @duniadalamkereta until the present time, yet information dissemination concerning his self-branding remains more limited on the @roeswantara account. Over time, Instagram @roeswantara started generating more content related to public relations activities through accounts like @duniadalamkereta and @keretaapikita, offering intriguing and informative content that fosters public trust.

This research aims to describe the application of Personal Branding on Instagram @roeswanatara in executing self-branding activities through the concept of Authentic Personal Branding, as proposed by Hubert K Rampersad. This concept comprises five stages: Consistency, Specialization, Authenticity, Performance, and Persistence. The research employs a descriptive method with data collection techniques encompassing in-depth interviews, observation, and documentation. This method is chosen to depict the implementation of Personal Branding on Instagram @roeswantara based on real-world facts.

The results of the study show that the implementation of Instagram Personal Branding by @roeswantara in creating an Authentic Personal Branding strategy is divided into several stages. (1) Consistency stage is built through employee branding, so that it produces better consistency and morals and makes a more disciplined person. (2) The specialization or specialization stage is carried out with content that focuses on one goal, namely discussing Railways and its services, so that it gets a response the good of followers. (3) The Authentic stage is carried out by creating unique characteristics, as well as honesty which can create authenticity in creating content. (4) The Performance Stage produces a good reputation for the company and for individuals (5) The Persistence Stage results in a focus on one goal, making other companies interested in collaborating or getting involved.

Keywords: Personal Branding, Good Image, Authentic, Instagram