

ABSTRAK

Muhammad Razikani Ar-rabbani : *Personal Branding* Linda Herawati sebagai *Reseller Brand* Busana Muslim Bandung (Analisis Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @lindaherawati79)

Personal branding merupakan sebuah fenomena yang menarik banyak orang untuk membangun dan mengelolanya, terlebih di era *digital*. *Personal branding* tumbuh menjadi sebuah praktik yang populer berkat kemampuannya bagi karir seseorang untuk mengungguli para kompetitor. *Entrepreneur* menjadi salah satu profesi yang mendapatkan keuntungan dari sebuah *personal branding* yang baik. Linda Herawati merupakan seorang *entrepreneur* busana hijab muslim yang mampu untuk membangun dan mengelola *personal branding* dengan baik melalui akun media sosial *Instagram*nya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertama bagaimana bentuk *Specialization* (Spesialisasi) *personal branding* Linda Herawati sebagai *reseller brand* busana muslim Bandung melalui media sosial *Instagram*. Kedua, bagaimana bentuk *Persistence* (Keteguhan) *personal branding* Linda Herawati sebagai *reseller brand* busana muslim Bandung melalui media sosial *Instagram*. Ketiga, bagaimana bentuk *Visibility* (Visibilitas) *personal branding* Linda Herawati sebagai *reseller brand* busana muslim Bandung melalui media sosial *Instagram*. Penelitian ini didasarkan pada pemilihan konsep yang relevan dengan apa yang akan dibahas. Penelitian ini mengacu konsep pembentuk *personal branding* (*the eight law of personal branding*) dari Petter Montoya.

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 partisipan pasif, dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* yang dilakukan Linda Herawati sebagai *Reseller Brand* Busana Muslim Bandung pada akun media sosial *instagram*nya yaitu pertama, *Specialization* Linda memiliki spesialisasi sebagai seorang *entrepreneur* busana hijab muslim, model foto busana hijab muslim, berprestasi sebagai *reseller* dengan penjualan terbanyak dan aktif bersosialisasi dengan publik. Kedua, *Persistence* Linda adalah rutin dalam mengupload konten tentang busana hijab muslim yang ia jual dan inovatif dalam pemilihan *background* foto untuk busana hijab muslim yang ia jual di *instagram*. Ketiga, *Visibility* Linda Herawati adalah dengan konsisten dalam mengunggah konten busana hijab muslim yang ia jual di *instagram*.

Kata Kunci: *Personal Branding, Reseller* Busana Hijab Muslim, *Instagram*

ABSTRACT

Muhammad Razikani Ar-Rabbani : *Personal Branding Linda Herawati as Bandung Muslim Clothing Brand Reseller (Qualitative Descriptive Analysis of Instagram Account @lindaherawati79)*

Personal branding is a phenomenon that attracts many people to build and manage it, especially in the digital era. Personal branding has grown to become a popular practice thanks to its ability for one's career to outperform competitors. Entrepreneur is one of the professions that benefits from good personal branding. Linda Herawati is a Muslim hijab fashion entrepreneur who is able to build and manage personal branding well through her Instagram social media accounts.

This study aims to find out first how the form of Specialization (Specialization) personal branding Linda Herawati as a reseller of Bandung Muslim fashion brands through Instagram social media. Second, how is the form of Persistence (Persistence) personal branding Linda Herawati as a reseller of the Bandung Muslim fashion brand through Instagram social media. Third, how is the form of Visibility (Visibility) of Linda Herawati's personal branding as a reseller of the Bandung Muslim fashion brand through Instagram social media. This research is based on the selection of concepts that are relevant to what will be discussed. This research refers to the concept of forming personal branding (the eight laws of personal branding) from Petter Montoya.

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

The results showed that personal branding was carried out by Linda Herawati as a Bandung Muslim Clothing Brand Reseller on her Instagram social media account, namely first, Specialization Linda has a specialization as a Muslim hijab fashion entrepreneur, Muslim hijab fashion photo model, excels as a reseller with the most sales and actively socializes with the public. Second, Persistence Linda regularly uploads content about the Muslim hijab clothing that she sells and is innovative in choosing photo backgrounds for the Muslim hijab clothing she sells on Instagram. Third, the visibility of Linda Herawati is consistent in uploading Muslim hijab fashion content that she sells on Instagram.

Keywords: *Personal Branding, Resellers Muslim Hijab Clothing, Instagram*