

ABSTRAK

Muhammad Ryansyah: *Personal branding Zelfy Arifiany di Instagram (Analisis Deskriptif pada akun instagram @zelfyarifiany)*

Media sosial menjadi salah satu bagian perkembangan dari media terbaru atau disebut dengan *new media*. Media tersebut dapat digunakan oleh semua kalangan. Dapat diperoleh berbagai macam manfaat dengan hadirnya media sosial yang begitu banyak hari ini, dan salah satunya adalah untuk membentuk *personal branding*. Banyak pengguna media sosial khususnya Instagram untuk membentuk *personal branding* di media sosial tersebut, salah satunya ialah seorang *beauty influencer* yaitu Zelfy Arifiany.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana karakter Zelfy dalam tiga konsep pembentukan *personal branding* yang telah dirumuskan oleh Peter Montoya, *The Law of Personality* (Kepribadian), *The Law of Persistence* (Keteguhan), *The Law of Visibility* (Kenampakan).

Penelitian ini memilih pendekatan secara kualitatif dengan pendekatan interpretif, metode kualitatif deskriptif yang menggunakan data primer dan sekunder, dan paradigma konstruktivisme. Dilakukannya wawancara dalam proses penelitian ini.

Hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan ialah Zelfy telah memenuhi konsep pembentukan suatu *personal branding* yang telah dirumuskan oleh Peter Montoya, yaitu: *The Law of Personality* (Kepribadian) Zelfy yang *friendly*, rendah hati, dan interaktif. *The Law of Persistence* (Keteguhan) Zelfy yang memiliki keberanian dan dedikasi. *The Law of Visibility* (Kenampakan) Zelfy yang *up to date*, *public speaking*, dan menarik.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Zelfy Arifiany yang dimana menjadi objek dalam penelitian *personal branding* melalui media Instagram telah memenuhi tiga konsep yang dirumuskan oleh Peter Montoya, yaitu dalam aspek kepribadian (*the law of personality*), keteguhan (*the law of persistence*), dan kenampakan (*the law of visibility*).

Kata Kunci: Personal Branding, Instagram, Zelfy.

ABSTRACT

Muhammad Ryansyah: Zelfy Arifiany's personal branding on Instagram (Descriptive Analysis on @zelfyarifiany Instagram account)

Social media is one part of the development of renewable media or called new media. This media can be used by all groups. Various benefits can be obtained with the presence of so many social media today, and one of them is to form personal branding. Many social media users, especially Instagram, form personal branding on social media, one of which is a beauty influencer, Zelfy Arifiany.

This research was conducted to find out how Zelfy's character in the three concepts of personal branding formation formulated by Peter Montoya, The Law of Personality, The Law of Persistence, The Law of Visibility.

This research chose a qualitative approach with an interpretive approach, a descriptive qualitative method that uses primary and secondary data, and a constructivism paradigm. Interviews were conducted in this research process.

The findings of the research conducted are that Zelfy has fulfilled the concept of forming a personal branding that has been formulated by Peter Montoya, namely: The Law of Personality Zelfy is friendly, humble, and interactive. The Law of Persistence Zelfy who has courage and dedication. The Law of Visibility Zelfy who is.

The conclusion of this research is that Zelfy Arifiany, who is the object of personal branding research through Instagram media, has fulfilled the three concepts formulated by Peter Montoya, namely in the aspects of personality (the law of personality), constancy (the law of persistence), and visibility (the law of visibility).

Keywords: Personal Branding, Instagram, Zelfy.

