

ABSTRAK

Abiyyu Bahruddin Ali: Analisis Personal Branding Selebgram Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Upaya Membentuk Opini Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Rio Ramadhan akun Instagram @riiormdhn).

Personal branding adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam membentuk suatu ciri khas atas keterampilan atau keahlian yang dimiliki oleh individu tersebut sehingga muncul sebuah kepribadian yang berbeda. Kepribadian itu muncul menjadi sebuah ciri khas yang dapat dikenal oleh orang lain (masyarakat) sehingga dapat menciptakan sebuah reputasi yang diinginkan. *Personal branding* dibangun melalui sosial media, salah satunya melalui Instagram.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat menganalisis Instagram @riiormdhn dalam menciptakan dan membangun *personal branding* yang mengacu kepada 5 konsep dasar *personal branding Circle-P* yang digagas oleh Silih Agung Wasesa, ialah : *Competency* (Kompetensi) , *Connectivity* (Konektivitas), *Creativity* (Kreativitas), *Contribution* (Kontribusi) dan *Compliance* (Nilai Kepatuhan)

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dituangkan melalui metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam dan observasi partisipatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rio Ramadhan dinilai telah mampu membangun personal brandingnya sesuai dengan 5 konsep personal branding yang digagas oleh Silih Agung Wasesa, yakni kompetensi yang ditunjukkan berdasarkan aspek kemampuannya di bidang *public speaking*, konektivitas yang ditunjukkan berdasarkan terdapatnya keselarasan konten, kreativitas yang ditentukan berdasarkan penayangan konten yang berbeda di setiap postingannya, kontribusi yang ditunjukkan berdasarkan penayangan konten yang dapat menginspirasi dan nilai kepatuhannya ditunjukkan berdasarkan kesesuaian konten dengan aturan, norma dan hukum UU ITE pada Instagram

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Selebgram Rio Ramadhan menggunakan platform sosial media Instagram yang berpacu pada konsep teori *Circle-P* untuk dapat menciptakan sebuah opini publik yang positif

Kata Kunci : Pengembangan diri, *Personal Branding*, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Abiyyu Bahruddin Ali: Analysis of Celebrity Personal Branding via Instagram Social Media as an Effort to Form Public Opinion (Qualitative Descriptive Study on Rio Ramadhan Instagram account @riiormdhn).

Personal branding is an activity carried out by an individual to form a characteristic of the skills or expertise possessed by that individual so that a different personality emerges. This personality emerges as a characteristic that can be recognized by other people (society) so that it can create a desired reputation. Personal branding is built through social media, one of which is through Instagram.

This research aims to analyze Instagram @riiormdhn in creating and building personal branding which refers to the 5 basic concepts of Circle-P personal branding initiated by Silih Agung Wasesa, namely: Competency, Connectivity, Creativity, Contribution (Contribution) and Compliance (Compliance Value).

This research uses a constructivist paradigm using a qualitative approach expressed through qualitative descriptive methods. Data collection techniques through in-depth interviews and participant observation.

The results of this research show that Rio Ramadhan is considered to have been able to build his personal branding in accordance with the 5 personal branding concepts initiated by Silih Agung Wasesa, namely competency demonstrated based on aspects of his ability in the field of public speaking, connectivity demonstrated based on content harmony, creativity demonstrated based on showing different content in each post, the contribution shown is based on showing content that can inspire and the compliance value is shown based on the conformity of the content with the rules, norms and laws of the ITE Law on Instagram.

The conclusion of this research is that Selebgram Rio Ramadhan uses the social media platform Instagram which is based on the Circle-P theory concept to create a positive public opinion.

Keywords: Self development, Personal Branding, Social Media, Instagram