

ABSTRAK

Zaid Abdullah Fathin: *Personal Branding* Farah Qoonita di Instagram (Analisis Deskriptif pada akun Instagram @qoonit)

Personal branding menjadi fokus utama dalam kajian *public relations* karena dapat memberikan popularitas kepada individu melalui kegiatan komunikasi yang mampu menarik perhatian banyak orang. *Personal branding* bisa diartikan sebagai usaha untuk membangun kepercayaan orang lain melalui seni komunikasi dalam menyampaikan nilai-nilai, keahlian, pengalaman, atau kepribadian seseorang. Farah Qoonita, seorang penulis, aktivis Palestina, dan *influencer self development* memanfaatkan media sosial Instagram untuk membangun reputasinya melalui konten-konten yang ia *upload*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis media sosial Instagram @qoonit dalam menciptakan dan membangun *personal branding* Farah Qoonita di Instagram.

Penelitian ini yang mengacu kepada model pembentuk *personal branding* yang dipaparkan oleh Silih Agung Wasesa *Personal Branding Circle P* yang memiliki 5 aspek, yaitu: *Connectivity, Competency, Creativity, Contribution, dan Compliance*. Membantu menggambarkan langkah-langkah yang harus dijalankan dan diperhatikan saat melakukan proses *personal branding*

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dan pendekatan kualitatif yang mengacu pada metode Analisis Deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi partisipasi pasif, dokumentasi dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* yang telah dilakukan oleh Farah Qoonita di Instagram sesuai dengan lima aspek pembentuk *personal branding* yang digagas oleh Silih Agung Wasesa yaitu, (1) Kompetensi, membagikan pengalamannya sebagai seorang penulis, mengunggah konten informasi tentang Palestina sebagai seorang Aktivis Palestina, dan membagikan tulisan-tulisan inspiratif bertemakan *self development* menurut pandangan Islam (2) Konektivitas, keselarasan konten dengan latarbelakang pendidikan dan keahlian, kolaborasi dengan Tokoh Masyarakat, *influencer* lain dan KOL (*Key Opinion Leader*) dan memanfaatkan fitur Instagram untuk berinteraksi dengan *followers*. (3) Kreativitas, konten tulisan berisi pesan Dakwah yang diperkuat dengan ayat AlQuran, tampilan visual konten yang menarik, dan membagikan jenis tren konten yang beragam. (4) Kontribusi, menjadi pembicara pada seminar dan webinar dan berkontribusi di media sosial sebagai *Opinion Leader*. (5) Kepatuhan, memberikan edukasi dan informasi yang Faktual, menggunakan Bahasa yang sopan dan menempatkan diri pada sudut pandang orang pertama, juga menyampaikan pesan sesuai dengan AlQuran dan Hadits dalam berdakwah.

Kata Kunci: *Personal Branding, New Media, Self Development.*

ABSTRACT

Zaid Abdullah Fathin: *Farah Qoonita's Personal Branding on Instagram (Descriptive Analysis on @qoonit Instagram account)*

Personal branding is the main focus in public relations studies because it can provide popularity to individuals through communication activities that can attract the attention of many people. Personal branding can be defined as an effort to build trust with others through the art of communication in conveying one's values, expertise, experience, or personality. Farah Qoonita, a writer, Palestinian activist, and self-development influencer utilizes Instagram social media to build her reputation through the content she uploads.

This research aims to analyze @qoonit's Instagram social media in creating and building Farah Qoonita's personal branding on Instagram.

This research refers to the personal branding model presented by Silih Agung Wasesa Personal Branding Circle P which has 5 aspects, namely: Connectivity, Competency, Creativity, Contribution, and Complicirance. Helps describe the steps that must be carried out and considered when carrying out the personal branding process.

This research uses a constructivistic paradigm and a qualitative approach that refers to the Descriptive Analysis method. Data collection techniques in this study used passive participation observation, documentation and in-depth interviews.

The results of this study indicate that the personal branding that has been carried out by Farah Qoonita on Instagram is in accordance with the five aspects of forming personal branding initiated by Silih Agung Wasesa, namely, (1) Competence, sharing her experience as a writer, uploading information content about Palestine as a Palestinian Activist, and sharing inspirational writings with the theme of self-development according to Islamic views (2) Connectivity, content alignment with educational background and expertise, collaboration with public figures, other influencers and KOL (Key Opinion Leader) and utilizing Instagram features to interact with followers. (3) Creativity, written content containing Da'wah messages reinforced with Quran verses, attractive visual appearance of content, and sharing various types of content trends. (4) Contribution, speaking at seminars and webinars and contributing to social media as an Opinion Leader. (5) Compliance, providing factual education and information, using polite language and putting oneself in the first person's perspective, as well as delivering messages in accordance with the Quran and Hadith in preaching.

Keywords: *Personal Branding, New Media, Self Development.*