

PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Aulion)

SHERLEY PRICYLLIA

Abstrak

Latar Belakang penelitian ini membahas tentang bagaimana bentuk personal branding yang dilakukan Aulia Rizsa Wirizqi melalui akun Instagram @Aulion. Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah mengapa dan bagaimana bentuk *personal branding* Aulia Rizsa Wirizqi melalui akun Instagram @Aulion. **Tujuan Penelitian** ini untuk mengetahui bentuk personal branding Aulia Rizsa Wirizqi melalui akun Instagram @Aulion. **Teori Penelitian** menggunakan Interaksi Simbolik. **Metode Penelitian** yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. **Hasil Penelitian** menunjukkan bahwa Aulia Rizsa Wirizqi membentuk personal branding melalui akun Instagram @Aulion. **Kesimpulan** penelitian ini yaitu Aulia Rizsa Wirizqi membentuk personal branding melalui Instagram dengan fitur-fitur yang terdapat didalamnya yaitu mengunggah dan membagikan foto atau video, efek foto, arroba, label foto, *geotagging*, pesan dan Instagram *stories* (*Instastories*). **Saran** personal branding memerlukan persepsi secara efektif, mengelola, mengendalikan dan mempengaruhi bagaimana orang lain memandang dan memikirkan seorang individu, serta diperlukan untuk menjadi diri sendiri dan bersikap positif. Memiliki personal branding yang kuat merupakan aset yang sangat penting di zaman seperti sekarang. Personal brand yang baik tidak dapat dibangun dalam jangka pendek, dibutuhkan konsistensi, niat dan tindakan untuk membangunnya.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Instagram

PERSONAL BRANDING THROUGH INSTAGRAM

(Qualitative Descriptive Study on Instagram Account @Aulion)

SHERLEY PRICYLLIA

Abstract

Background of this study discusses about how the personal branding of Aulia Rizsa Wirizqi through Instagram @Aulion account. Research question in this research is why and how form personal branding Aulia Rizsa Wirizqi through Instagram @Aulion account. The purpose of this study to determine the form of personal branding Aulia Rizsa Wirizqi through Instagram account @Aulion. Research Theory uses Symbolic Interaction. The research method used is qualitative approach method. Data collection techniques used are the method of in-depth interview and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, conclusion and verification. The technique of data validity using source triangulation technique. Research results show that Aulia Rizsa Wirizqi formed a personal branding through Instagram @Aulion account. The conclusion of this research is Aulia Rizsa Wirizqi forming personal branding through Instagram with the features contained therein are uploading and sharing photos or videos, photo effects, arroba, photo labels, geotagging, messages and Instagram stories (Instastories). Personal branding advice requires effective perception, managing, controlling and influencing how others perceive and think of an individual, and be required to be positive and self-reliant. Having a strong personal branding is a very important asset in today's era. Good personal brand can not be built in the short term, it takes consistency, intention and action to build it.

Keywords: *Personal Branding, Instagram*