

ABSTRAK

PENGGAMBARAN *PERSONAL BRANDING K-POP INFLUENCER* INDONESIA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi Pada Akun @natyashinda dan @tiffaniafifa Periode Januari 2023 – Desember 2023)

Miranda Intan ¹⁾, Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si ²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾Dosen Progam Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan personal branding K-Pop influencer Indonesia pada media sosial Instagram. Pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada dua akun Instagram, yaitu @natyashina dan @tiffaniafifa, digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Metode analisis isi diterapkan untuk menganalisis konten dan interaksi pada kedua akun tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa @natyashina dan @tiffaniafifa membangun personal branding mereka dengan menerapkan empat indikator personal branding, yaitu spesialisasi, kepribadian, keteguhan, dan nama baik. Masing-masing influencer menunjukkan spesialisasi dalam pengetahuan dan minat K-Pop mereka, membangun kepribadian yang unik dan menarik, menunjukkan keteguhan dalam komitmen mereka terhadap K-Pop, dan menjaga nama baik dengan citra positif. Temuan ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang strategi personal branding yang digunakan oleh K-Pop influencer Indonesia di Instagram. Penelitian ini juga memberikan referensi bagi K-Pop influencer lain dalam membangun personal branding mereka di platform ini. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi ciri khas konten dari kedua influencer, memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana K-Pop influencer mendiferensiasikan diri mereka di ruang digital yang kompetitif.

Kata Kunci : Personal branding, K-Pop influencer, media sosial Instagram
Pustaka :
Tahun Publikasi : 2014 - 2024