

ABSTRAK

Instagram Sebagai Media Personal Branding Pada Masyarakat Belitung, Di Kepulauan Bangka Belitung

Iqzan Pratayuda

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

iqzanpratayuda@gmail.com

ABSTRAK

Pada saat ini Instagram menjadi sebuah kebutuhan bagi setiap orang sebagai penunjang aktivitas yang dilakukan sehari – hari. Dengan fitur disediakan Instagram yang kian berkembang membuat Instagram bukan lagi menjadi tempat untuk berbagi informasi saja namun sebagai media aktualisasi seseorang pengguna dengan cara mengunggah video atau foto pada akun Instagram mereka. Dari unggahan tersebut tentu ingin membangun citra yang baik dan ingin dikenal oleh masyarakat luas. Dari hal itulah tanpa kita sadari fenomena ini akan menjadi sebuah identitas atau merek yang melekat pada diri kita atau lebih dikenal dengan *Personal Branding*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan Instagram sebagai media personal branding pada masyarakat Belitung. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi Deskriptif. Selain melalui wawancara data yang didapatkan melalui observasi, Studi Pustaka, serta dokumentasi berupa foto. Hasil penelitian ini menggunakan Peter Montoya dengan delapan konsep *personal branding* yakni, spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, nama baik.

Kata Kunci: Instagram, Citra, Personal Branding

ABSTRACT

Instagram as a Personal Branding Media for the Belitung Community, in the Bangka Belitung Islands

Iqzan Pratayuda

Mercu Buana University, Yogyakarta

iqzanpratayuda@gmail.com

ABSTRACT

At this time, Instagram has become a necessity for everyone to support their daily activities. With the increasingly developing features provided by Instagram, Instagram is no longer just a place to share information but as a medium for actualizing a user by uploading videos or photos to their Instagram account. From these uploads, of course you want to build a good image and want to be known by the wider community. From this, without us realizing it, this phenomenon will become an identity or brand that is attached to us or better known as Personal Branding. The aim of this research is to find out the benefits of Instagram as a personal branding medium in the Belitung community. This research uses a qualitative research method with a descriptive study approach. Apart from interviews, data was obtained through observation, literature study, and documentation in the form of photographs. The results of this research use Peter Montoya with eight personal branding concepts, namely, specialization, leadership, personality, difference, appearance, unity, steadfastness, good name.

Keywords: Instagram, Image, Personal Branding

