

ABSTRAK

Judul : Hubungan Penggunaan Instagram Terhadap Pembentukan *Personal Branding* Remaja Remaja Organisasi Kepengurusan Sekber PMVBI Kepulauan Bangka Belitung Masa Bakti 2021-2024

Nama : Friska Alsera

Program Studi : Hubungan Masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan penggunaan instagram terhadap pembentukan *personal branding* remaja organisasi kepengurusan Sekber PMVBI Kepulauan Bangka Belitung masa bakti 2021-2024, dengan jumlah populasi yang telah diketahui yaitu 1121 orang *followers* instagram remaja organisasi kepengurusan Sekber PMVBI Kepulauan Bangka Belitung yang akan di ambil sebgai populasi untuk dijadikan sampel atau perwakilan suatu populasi dengan rumus *Slovin* dengan hasil mendapatkan 92 responden, yang menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yang mengambil sampel secara acak anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teori yang digunakan yaitu teori *uses and gratification* yang mengklasifikasikan karakteristik dalam kepuasan, kebutuhan, dan penggunaan media oleh khalayak aktif, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, penggunaan metode survei yang menggunakan skala *Likert* yang diharapkan dapat mengetahui korelasional antar variabel. Maka dengan metode yang ditetapkan diketahui hasil variabel X (Penggunaan Instagram) didapatkannya hasil 89% dari jumlah keseluruhan 92 responden yang dikategorikan sangat baik. Variabel Y (Pembentukan *Personal Branding*) mendapatkan hasil 88% dari jumlah keseluruhan 92 responden yang dikategorikan sangat baik. Hubungan kedua variabel dilihat dari hasil yang didapatkan menunjukkan hasil kuat dan signifikan yang artinya penggunaan instagram dapat dihubungkan dengan pembentukan *personal branding* remaja organisasi kepengurusan Sekber PMVBI Kepulauan Bangka Belitung masa bakti 2021-2024.

Kata Kunci : Pembentukan *Personal Branding*, Penggunaan Instagram, *Followers*, Sekber PMVBI

ABSTRACT

Title :The Relationship of Instagram Use To The Formation Of Personal Branding Of Adolescents For The Management Organization Of The PMVBI Bangka Belitung Islands Secretariat Term of Service 2021-2024

Name : Friska Alsera

Study Program : Public Relations

This study aims to determine how far the relationship between the use of Instagram and the formation of Personal Branding of youth of the Bangka Belitung Islands PMVBI management organization for the period of 2021-2024, with a known population of 1121 youth Instagram followers from the Bangka Belitung Islands PMVBI management organization. take part of the population to be used as a sample or representative of a population with the Slovin formula with the results of getting 92 respondents, which uses a sampling technique that is probability sampling with a simple random sampling technique that takes random samples of population members to be used as samples. The theory used is the uses and gratification theory which classifies the characteristics in the satisfaction, needs, and use of media by an active audience, with a descriptive quantitative approach, the use of a survey method using a Likert scale which is expected to determine the correlation between variables. So with the specified method, it is known that the results of the X variable (Instagram Use) obtained results of 89% of the total number of 92 respondents who were categorized as very good. Variable Y (Personal Branding Establishment) obtained 88% of the total 92 respondents who were categorized as very good. The relationship between the two variables is seen from the results obtained showing strong and significant results, which means that the use of Instagram can be linked to the formation of personal branding for youth of the PMVBI management organization in the Bangka Belitung Islands for the 2021-2024 term of service.

Keywords: *Formation of Personal Branding, Use of Instagram, Followers, PMVBI Secretary*