

ABSTRAK

Nama : Aulia
NIM : 2018-0502-029
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Judul : Strategi Personal Branding Selebritis Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Instagram @da4_Putri03)
Jumlah Halaman : 105 halaman
Kata Kunci : Strategi Personal Branding, Citra Positif, Media Sosial Instagram

Penelitian ini membahas mengenai strategi personal branding selebritis dalam membangun citra positif melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Instagram @da4_putri03). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi personal brand Putri Isnari melalui Media Sosial Instagram dan untuk mengetahui komponen apa saja yang diprioritaskan Putri Isnari dalam membangun personal branding melalui Media Sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan *Source Credibility Theory* yang dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelley serta didukung dengan pengaplikasian teori dari Erwin Parengkuan yaitu strategi dalam membangun personal branding melalui Media Sosial Instagram komponen-komponen personal branding. Penelitian ini menggunakan Paradigma Interpretif dan menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Putri Isnari menggunakan strategi personal branding dengan memperhatikan indikator strategi personal branding yang dirumuskan oleh Erwin Parengkuan yaitu (membangun kredibilitas, menjaga dan memelihara hubungan dengan followers serta memberikan petunjuk kepada target market). Putri Isnari juga menggunakan komponen-komponen personal branding dengan memperhatikan indikator komponen personal branding yang dirumuskan oleh Erwin Parengkuan yang dibagi atas komponen utama (*value, skill and competence, behavior*) serta komponen tambahan (*total look, otentik, uniqueness*).