

Building an Online Identity: An Analysis of Influencer @Xavieraputri's Branding on TikTok and Instagram

[Membangun Identitas Daring: Analisis Branding Influencer @Xavieraputri di TikTok dan Instagram]

Awalia Legita Amanda¹⁾, Istiqomah²⁾

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: istiqomah@umsida.ac.id

Abstract. *Social media has become a strategic space for building online identity and personal branding, particularly among influencers in the education sector. This study analyzes the personal branding strategy of influencer @xavieraputri on Instagram and TikTok using Peter Montoya's Personal Branding theory, which includes eight core concepts: specialization, leadership, personality, differentiation, visibility, unity, persistence, and reputation. This research employs a qualitative descriptive approach through non-participatory observation of content published on both platforms. The findings reveal that Xaviera Putri consistently presents herself as an educational influencer with a strong focus on STEM and academic development. Her branding is reinforced through consistent messaging, engaging communication styles, cross-platform coherence, and a positive public reputation. The study concludes that the integration of Montoya's eight concepts enables Xaviera to build a credible, relevant, and impactful online identity. This research contributes to communication studies by highlighting effective personal branding strategies for educational influencers in digital media.*

Keywords - Online Identity; Branding Strategy; Influencer; Educator

Abstrak. *Media sosial telah menjadi ruang strategis untuk membangun identitas daring dan personal branding, terutama di kalangan influencer di sektor pendidikan. Penelitian ini menganalisis strategi personal branding dari influencer @xavieraputri di Instagram dan TikTok dengan menggunakan teori Personal Branding oleh Peter Montoya, yang mencakup delapan konsep inti: spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, keterlihatan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui pengamatan non-partisipatif terhadap konten yang dipublikasikan di kedua platform. Temuan menunjukkan bahwa Xaviera Putri secara konsisten menampilkan dirinya sebagai influencer pendidikan dengan fokus kuat pada STEM dan pengembangan akademik. Branding-nya diperkuat melalui pesan yang konsisten, gaya komunikasi yang menarik, keselarasan lintas platform, dan reputasi publik yang positif. Studi ini menyimpulkan bahwa integrasi delapan konsep Montoya memungkinkan Xaviera untuk membangun identitas daring yang kredibel, relevan, dan berdampak. Penelitian ini berkontribusi pada studi komunikasi dengan menyoroti strategi personal branding yang efektif bagi influencer pendidikan di media digital.*

Kata Kunci – Identitas Daring; Strategi Branding; Influencer; Pendidik

I. PENDAHULUAN

Media sosial digunakan untuk membangun citra diri secara positif, atau yang lebih dikenal sebagai personal branding [1]. Personal branding adalah upaya cerdas dan strategis yang kita lakukan untuk memasarkan diri kita sendiri, menonjolkan kepribadian, keterampilan, serta stimulus untuk menciptakan kesan baik dan positif di mata publik [2]. Membangun personal branding di media sosial memudahkan individu untuk dikenal luas oleh publik, sehingga dapat bertransformasi menjadi seorang influencer [3]. Influencer adalah individu yang memiliki banyak pengikut di platform media sosial dan dianggap memiliki peran sebagai pemimpin opini terpercaya oleh komunitasnya [4]. Influencer dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah pengikutnya menjadi empat jenis utama, yaitu: Nano Influencer (1.000–10.000 pengikut), Micro Influencer (10.000–100.000 pengikut), Macro Influencer (100.000–1 juta pengikut), dan Mega Influencer (lebih dari 1 juta pengikut) [5].

Kemudahan dalam mengakses beragam platform media sosial, turut didukung pesatnya oleh teknologi, menjadikan menjadikan profesi influencer sebagai cita-cita baru yang sangat menjanjikan, terutama di kalangan Gen Z [6]. Keberhasilan personal branding di media sosial dapat diukur melalui beberapa indikator. Pertama, jumlah pengikut menjadi salah satu indikator awal yang mencerminkan popularitas, memimpin opini dan daya tarik individu di platform tersebut. Semakin banyak pengikut yang dimiliki, semakin besar potensi untuk menjangkau audiens [7]. Kedua, tingkat interaksi seperti komentar, like, dan share menunjukkan efektivitas konten dalam menarik perhatian audiens [8]. Ketiga, Kredibilitas dan kepercayaan merupakan aspek penting dalam membangun personal branding

yang sukses. Reputasi yang dibangun dari konten yang konsisten dan otentik akan meningkatkan kepercayaan pengikut, yang pada akhirnya membuka pintu peluang karier [9].

Xaviera Putri Ardianingsih Listyo yang lahir di Jakarta pada 26 Agustus 2001, adalah mahasiswa berprestasi di Korea Advanced Institute of Science and Technology (KAIST), salah satu perguruan tinggi terbaik yang dikenal memiliki reputasi kuat dalam pengembangan teknologi di Asia, dengan jurusan Ilmu Komputer dan Manajemen Teknologi Bisnis. Xaviera telah memilih fokus secara khusus pada STEM (Sains, Teknologi, Teknik, dan Matematika) dan pendidikan. Kehadirannya mentransformasikan dunia akademis STEM yang seringkali kaku menjadi konten yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. Xaviera telah mencapai status Mega Influencer dengan jumlah pengikut yang besar, sekitar 3,1 juta di Instagram dan 1,7 juta di TikTok. Besarnya jumlah khalayak ini memungkinkan penyebaran informasi dan pengetahuan di bidang pendidikan secara efektif kepada masyarakat umum. Dalam postingan Instagram dan TikTok Xaviera rutin membagikan aktivitas belajar yang efektif dengan menggunakan teknik pembelajaran yang sering digunakan. Selain itu, setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi, Xaviera aktif terlibat dalam berbagai kegiatan, di antaranya berperan sebagai pengisi program pembelajaran, menjalin kolaborasi dengan sejumlah influencer di bidang edukasi, serta mengembangkan keterlibatan dalam dunia brand fashion.



Gambar 1. Profile Instagram Xaviera Putri



Gambar 2. Profile TikTok Xaviera Putri

Kualifikasi Xaviera Putri sebagai influencer edukasi tidak hanya disokong oleh jumlah pengikutnya, tetapi juga didasarkan pada segudang prestasi akademik dan kompetisi internasional yang di raih. Xaviera adalah seorang penerima beasiswa penuh dari pemerintah Korea Selatan sejak SMA hingga kuliah, termasuk KSA of KAIST Scholarship Honordee (2017–2019) dan KAIST Scholarship Awardee (2020–2024). Selain itu, Xaviera memperoleh Academic Honors saat lulus SMA sebagai salah satu lulusan terbaik.

Prestasi Xavier di kancah nasional maupun internasional menjadi bukti nyata atas kompetensi yang dimilikinya. Sosok ini berhasil menembus persaingan ketat dalam DCAMP Global Startup Match 2022 dan meraih posisi pertama pada SAP University Alliance Challenge 2022 yang merupakan kolaborasi antara SAP Korea dengan KAIST. Jauh sebelumnya, gelar juara pertama di International Debate: PIONEERS 2017 juga telah diraih. Kapasitas intelektual tersebut semakin teruji saat mengemban peran sebagai pelatih di Academy of Champions serta saat tampil di The Clash Of Champions Ruangguru. Di ajang tersebut, pertanyaan dengan tingkat kesulitan tinggi berhasil dijawab dengan tenang, bahkan menunjukkan kemampuan memori luar biasa saat menghafal detail 100 lukisan secara akurat. Rentetan pencapaian ini mencerminkan dedikasi, ketekunan, serta pemahaman mendalam di berbagai bidang.

Di luar pencapaiannya di bidang akademik dan digital, Xavier juga menunjukkan kepedulian terhadap dunia literasi melalui karyanya yang berjudul “Kimchi Confessions”. Buku ini merangkum pengalaman pribadi selama menempuh studi di Korea Selatan, mulai dari dinamika kehidupan kampus hingga tantangan menyesuaikan diri dengan budaya baru. Kimchi Confessions bukan sekadar catatan refleksi, melainkan media edukasi yang mampu memicu motivasi, terutama bagi generasi muda yang bercita-cita melanjutkan pendidikan ke luar negeri. Lewat karya

tersebut, citra Xavier sebagai figur inspiratif semakin kuat, sejalan dengan konsistensinya dalam menyebarkan nilai-nilai positif kepada khalayak luas.

Melalui kombinasi antara latar belakang pendidikan yang kuat, deretan prestasi kompetisi yang membanggakan, dan jangkauan media sosial yang luas, Xaviera Putri benar-benar layak dikategorikan sebagai influencer edukasi yang memberikan dampak positif dan inspirasi bagi banyak individu di bidang pendidikan. Dengan hal ini membuktikan bahwa prestasinya di luar dan dalam jaringan saling melengkapi dalam membentuk personal branding sebagai figur edukatif yang berpengaruh. Keberhasilan Xaviera dalam membangun personal branding yang kuat dan kredibel juga menjadikannya figur panutan yang sangat relevan bagi generasi Z. Di tengah derasnya arus informasi digital dan persaingan konten di media sosial, strategi personal branding Xaviera memberikan gambaran nyata tentang bagaimana generasi muda dapat memanfaatkan platform digital secara positif untuk menyalurkan potensi, membangun identitas diri, serta berkontribusi secara konstruktif dalam bidang pendidikan.

Pencapaian dan kualifikasi Xaviera Putri yang telah dijelaskan di atas relevan untuk dianalisis menggunakan perspektif konsep personal branding Peter Montoya. Peter Montoya, seorang pakar terkemuka di bidang pemasaran dan pengembangan diri, dikenal atas kontribusinya dalam merumuskan konsep personal branding. Menurut Montoya, personal branding tidak sekadar tentang representasi citra, melainkan sebuah proses strategis untuk mengidentifikasi dan mengkomunikasikan nilai unik individu kepada audiens target, serta merupakan strategi yang penting dalam membedakan diri di mata public [10]. Tujuannya adalah untuk memposisikan individu sebagai ahli atau pemimpin di bidangnya, sehingga menghasilkan pengakuan, membangun kepercayaan.

Montoya berpendapat bahwa di era informasi saat ini, di mana persaingan semakin ketat, memiliki personal brand yang jelas dan kuat menjadi sangat penting. Hal ini memungkinkan individu untuk menonjol, menarik peluang yang relevan, dan membangun reputasi yang bertahan lama. Personal branding, dalam pandangan Montoya, adalah tentang bagaimana seseorang secara konsisten mengelola persepsi orang lain terhadap dirinya, baik dalam konteks profesional maupun personal.

Untuk mendukung analisis tersebut, penelitian ini secara khusus mengacu pada delapan konsep personal branding yang dirumuskan oleh Montoya sebagai landasan utama dalam membangun citra diri di media sosial. Adapun penjelasan dari kedelapan konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. Spesialisasi

Personal branding yang baik terlihat dari kesesuaian dalam spesialisasi yang terfokus pada kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. Penilaian spesialisasi didasarkan pada aspek-aspek seperti kemampuan, perilaku, gaya hidup, misi, produk, profesi, dan pelayanan. Indikator penelitian yang merujuk pada konsistensi topik konten serta keahlian yang ditampilkan dalam bidang sains, teknologi, dan edukasi melalui berbagai konten yang menampilkan aktivitas akademiknya yang berkaitan dengan STEM.

2. Kepemimpinan

Seorang individu yang memiliki kemampuan kepemimpinan dapat mengambil keputusan dalam situasi kritis maupun biasa, untuk memberikan arahan yang jelas. Indikator penelitian yang merujuk pada interaksi dan partisipasi dalam diskusi edukatif di berbagai forum publik, serta aktivitas yang memberikan motivasi dan pandangan positif.

3. Kepribadian

Pembentukan personal branding terbentuk dari cara individu menampilkan jati dirinya secara alami yang apa adanya. Seseorang perlu memiliki kepribadian yang mencerminkan nilai-nilai baik, meskipun kesempurnaan bukanlah suatu keharusan. Indikator penelitian berfokus pada bagaimana cara penyampaian informasi yang ramah, reflektif, dan santai, didukung oleh gaya komunikasi yang santai dan ekspresif. Keberhasilan dilihat melalui interaksi yang aktif pada kolom komentar dan sesi tanya jawab, munculnya kedekatan dengan khalayak, serta adanya kolaborasi publik.

4. Perbedaan

Menciptakan kesan yang unik dan berbeda dibandingkan dengan individu lain di bidang yang sama. Indikator penelitian yang merujuk pada kemampuannya di bidang STEM, cara membingkai STEM sebagai bagian dari identitas personal, serta bagaimana memadukan kecerdasan teknis dengan nilai karakter yang khas.

5. Keterlihatan

Seorang harus secara konsisten dan terus-menerus membangun citranya agar dikenal dan diakui. Dalam hal ini, aspek visual lebih penting daripada kemampuan. Karena itu, setiap individu harus mempromosikan diri dan memanfaatkan setiap kesempatan untuk meningkatkan keterlihatan mereka. Indikator penelitian yang merujuk pada frekuensi unggahan dan jangkauan engagement di ruang digital, melalui aktivitas yang konsisten dengan jumlah unggahan yang tinggi serta interaksi yang aktif dari audiens.

6. Kesatuan

Kesatuan dalam konteks personal branding, kesatuan muncul ketika nilai pribadi, sikap, dan cara menyampaikan pesan berjalan searah. Kesatuan ini membuat citra diri yang ditampilkan tidak terkesan dibuat-buat, melainkan tampak konsisten dan mudah dikenali oleh publik. Indikator ini terlihat dari keselarasan

melalui unggahan kegiatan akademik menunjukkan kesinambungan antara prinsip pribadi dan representasi digital, didasarkan pada konsistensi antara nilai edukasi, disiplin, dan orientasi akademik yang dijalankan subjek dalam kehidupan nyata melalui konten yang dipublikasikan di media sosial.

7. Keteguhan

Individu diharapkan memiliki keteguhan untuk mempertahankan personal branding yang telah dibangun tanpa keraguan atau keinginan untuk mengubahnya. Selama proses berlangsung, perlu dicermati secara konsisten setiap tahapan dan tren yang muncul. Indikator penelitian ini menampilkan adanya keteguhan individu dalam menjaga personal branding yang telah dibangun sebelumnya melalui kebiasaan membagikan pengalaman pribadi, refleksi diri, serta berbagai pencapaian secara berkelanjutan.

8. Nama Baik

Timbal balik dalam membangun personal branding akan memberikan dampak besar jika individu di baliknya dipersepsikan dengan cara yang positif. Indikator penelitian yang merujuk pada banyaknya komentar apresiatif dari pengikutnya, yang menganggapnya sebagai pribadi yang menginspirasi, sopan, dan cerdas serta dari rekam jejak bebas kontroversi dan kolaborasi profesional di bidang pendidikan maupun sosial.

Penelitian ini disusun dengan merujuk pada empat studi sebelumnya yang memiliki keterkaitan dalam topik pembahasan. Seperti yang telah di nyatakan Padaniah, rujukan terhadap penelitian terdahulu berfungsi untuk memperkuat landasan teori serta menunjukkan posisi penelitian ini dalam konteks kajian yang sudah ada [11]. Meskipun tidak ditemukan judul yang sama, penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memperkaya pemahaman terhadap isu yang diangkat

Penelitian terdahulu pertama dilakukan oleh Amalia et al (2024), mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, dengan judul “Analisis Personal Branding Akun @Sashfir di Media Sosial Instagram”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis personal branding akun @sashfir [12]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding akun tersebut menonjolkan gaya berpakaian *Outfit Out of The Day (OOTD)* yang tidak hanya modis, tetapi juga menarik perhatian pengguna Instagram. Konsistensi konten, penggunaan filter, caption, serta interaksi dengan pengikut turut membentuk citra diri yang kuat dan konsisten. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada kajian personal branding influencer di Instagram dengan metode kualitatif. Perbedaannya, penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada gaya berpenampilan, sedangkan penelitian ini berfokus pada personal branding di bidang pendidikan pada akun @xavieraputri.

Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Arviane et al (2022), mahasiswa Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Personal Branding” [13]. Penelitian ini bertujuan mengkaji personal branding Dokter Ayman Alatas melalui Instagram dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @aymanlatas membangun citra sebagai dokter muda milenial yang jenaka, dekat dengan keluarga, serta memiliki keahlian di bidang kesehatan. Konten yang dibagikan meliputi aktivitas sehari-hari, edukasi kesehatan, dan hiburan. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan personal branding influencer edukatif di media sosial, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini tidak secara eksplisit menggunakan teori personal branding Montoya.

Penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Imelda et al (2024), mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro, dengan judul “Pembentukan Personal Branding @Dilanjaniyar_2 di Media Sosial TikTok” [14]. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis personal branding Dilan Janiyar sebagai kreator hiburan di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ciri khas humor dan konsep konten yang unik, termasuk keterlibatan suami dalam konten, menjadi daya tarik utama bagi warganet. Terdapat sejumlah persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada kajian personal branding influencer. Perbedaannya, penelitian ini berfokus pada platform TikTok, sementara penelitian yang dilakukan peneliti membahas personal branding influencer edukasi di Instagram dan TikTok.

Penelitian terdahulu keempat dilakukan oleh Amarilia Shinta, K. Y. S. Putri (2021), mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro, dengan judul “Efektivitas Media Sosial Instagram terhadap Personal Branding Bintang Emon” [15]. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengetahui pengaruh efektivitas Instagram terhadap personal branding Bintang Emon. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara efektivitas Instagram dan personal branding Bintang Emon di kalangan pengguna Instagram. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan personal branding influencer di media sosial. Perbedaannya terdapat pada fokus penelitian yang menitikberatkan pada efektivitas media sosial melalui pengumpulan data kuesioner, Sementara itu, penelitian ini lebih diarahkan pada analisis konten dan strategi personal branding.

Meskipun kajian mengenai personal branding telah banyak dilakukan seiring berkembangnya media sosial dan meningkatnya peran influencer, masih terdapat ruang kajian yang belum banyak disentuh. Sejumlah penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada satu platform media sosial, sehingga strategi personal branding lintas platform belum tergambar secara menyeluruh. Selain itu, mayoritas penelitian lebih menyoroti influencer di bidang hiburan,

gaya hidup, dan kesehatan, sementara influencer di bidang pendidikan masih relatif terbatas pembahasannya. Penelitian terdahulu juga belum banyak mengulas karakteristik audiens dalam mengonsumsi konten edukasi, terutama terkait pola ketertarikan dan keterlibatan pengguna media sosial.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan mengkaji strategi personal branding Xaviera Putri di media sosial Instagram dan TikTok dengan menganalisis penerapan delapan konsep personal branding menurut Peter Montoya. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan dua platform sekaligus, fokus pada bidang edukasi, serta kajian terhadap keterlibatan audiens Generasi Z yang memiliki karakteristik konsumsi konten digital yang khas. Penelitian ini juga mempertimbangkan kategori influencer berdasarkan jumlah pengikut untuk melihat efektivitas strategi branding yang diterapkan.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait personal branding di media digital. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi individu, terutama generasi muda, dalam membangun personal branding yang autentik dan efektif. Secara sosial, penelitian ini menegaskan peran influencer edukasi dalam menyebarkan nilai positif, meningkatkan literasi digital, serta mendorong semangat belajar di kalangan Generasi Z. Dalam membahas personal branding Xaviera, penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran Montoya yang meliputi aspek spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, keterlihatan, kesatuan, keteguhan, serta nama baik. Setiap aspek tersebut dianalisis dengan mengaitkannya pada konten yang diunggah serta cara Xaviera berinteraksi dengan pengikutnya di media sosial, terutama melalui Instagram dan TikTok. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penerapan delapan konsep personal branding Peter Montoya dalam membentuk citra Xaviera sebagai influencer edukasi. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis branding influencer Xaviera Putri di TikTok dan Instagram.

II. METODE

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dipilih guna memahami fenomena yang diteliti melalui analisis deskriptif, serta menerapkan metode observasi non-partisipasi merujuk pada observasi mendalam konten yang diunggah terhadap objek penelitian yaitu @xavieraputri. Lokasi penelitian difokuskan pada dua platform digital, yaitu akun Instagram (@xavieraputri) dan TikTok (@xavieraaputri) akun yang merupakan media utama dalam membangun personal branding oleh subjek penelitian. Menurut Suparman, dalam penelitian kualitatif, analisis data harus dilakukan dengan mengatur data secara logis dan sistematis, di mana analisis data dilakukan sejak peneliti mulai terjun ke lokasi penelitian hingga proses pengumpulan data berakhir, sehingga peneliti akan memahami latar belakang, situasi, serta peristiwa alami sesuai dengan objek yang sedang diteliti [16]. Kerangka teori penelitian ini disusun menggunakan delapan konsep Teori Personal Branding yang diusulkan oleh Peter Montoya (2002), yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, keterlihatan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

Pengumpulan data dilakukan dengan meninjau seluruh unggahan konten Xaviera Putri di Instagram dan TikTok, meliputi video, foto, tulisan, story, serta interaksi dengan pengikut. Pengamatan ini bertujuan untuk memahami jenis konten, gaya komunikasi, dan tema yang konsisten ditampilkan, khususnya konten yang membentuk citra Xaviera sebagai influencer edukasi. Seluruh konten yang relevan kemudian dianalisis berdasarkan delapan konsep personal branding Peter Montoya. Tahap selanjutnya adalah reduksi data dengan menyeleksi informasi yang sesuai dengan indikator konsep Montoya dan mengesampingkan data yang tidak relevan. Data terpilih kemudian dikelompokkan ke dalam masing-masing konsep untuk membentuk kerangka analisis yang sistematis. Validitas data diperkuat melalui dokumentasi dan observasi, sehingga penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif dan mendalam mengenai personal branding Xaviera Putri sebagai influencer edukasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan ini menguraikan temuan penelitian berdasarkan observasi mendalam terhadap konten yang dipublikasikan pada akun Instagram dan TikTok @xavieraputri dengan merujuk pada delapan konsep personal branding Peter Montoya. Perbedaan karakteristik Instagram dan TikTok dimanfaatkan secara optimal untuk menyampaikan pesan edukatif dengan pendekatan yang berbeda namun tetap selaras, sehingga membentuk citra yang utuh dan berkelanjutan. Dengan demikian, pembahasan ini tidak hanya memaparkan apa yang ditampilkan, tetapi juga menafsirkan bagaimana dan mengapa personal branding tersebut efektif dalam membangun kredibilitas, kepercayaan audiens, serta reputasi sebagai figur edukatif di media sosial.

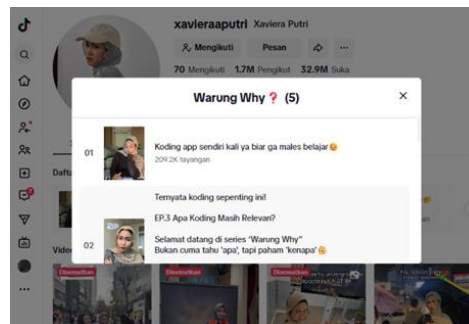
Spesialisasi

Spesialisasi dalam gaya personal branding yang ditampilkan Xaviera pada Instagram lebih menekankan konten mendalam terkait strategi belajar, manajemen waktu, dan life skills. Unggahan melalui Instagram memperlihatkan bahwa Xaviera memiliki pemahaman mendalam mengenai metode belajar yang sistematis dan terukur.

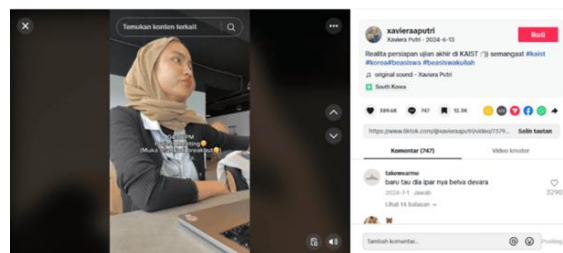


Gambar 3. Postingan Instagram Xaviera Putri

Postingan yang diunggah pada Instagram Xaviera, memperlihatkan konsistensi dirinya sebagai figur yang menonjol dalam bidang pendidikan dan strategi belajar. Pemilihan konten berupa desk tour dengan penekanan pada teknik Pomodoro dan manajemen fokus menunjukkan bahwa Xaviera tidak hanya membagikan pengalaman sebagai mahasiswa internasional, akan tetapi membagikan penampilan perangkat belajar, buku akademik, serta penjelasan rinci mengenai kebiasaan fokus dan pengaturan waktu. Xaviera secara konsisten mengkomunikasikan kompetensinya sebagai individu yang ahli dalam pengembangan diri, manajemen belajar, dan disiplin akademik. Hal ini mempertegas positioning personal branding nya sebagai edukator yang mengutamakan kesungguhan dalam belajar dan membangun produktivitas yang berkelanjutan. Selain kontennya yang informatif, Xaviera juga menjaga konsistensi visual yang lekat dengan identitas akademisnya. Dengan membagikan infografis berisi tips belajar, potongan aktivitas perkuliahan, hingga unggahan yang menampilkan capaian akademiknya. Melalui cerita tentang proses belajarnya sehari-hari serta cara menggunakan berbagai alat bantu belajar, Xaviera secara perlahan membangun gambaran diri sebagai figur yang memahami dan mampu merancang pola belajar yang efektif. Instagram pun tidak hanya menjadi ruang berbagi konten, tetapi juga sarana untuk memperkuat kredibilitasnya sebagai figur edukatif.



Gambar 4. Postingan daftar putar TikTok Xaviera Putri



Gambar 5. Postingan TikTok Xaviera Putri



Gambar 6. Komentar pada TikTok Xaviera Putri

Di platform TikTok, spesialisasi konten berfokus pada STEM, pemrograman, dan teknologi, di mana Xaviera menunjukkan kompetensinya sebagai mahasiswa Ilmu Komputer melalui konten praktis dan demonstratif yang berfokus pada pemahaman konsep. Melalui daftar putar mencakup penjelasan tentang pemrograman, UI/UX, dan

konsep logika dasar. Dalam video-videonya, Xaviera tidak hanya memberikan gambaran umum tetapi juga mendemonstrasikan proses berpikir dan langkah-langkah teknis secara detail, memungkinkan penonton untuk memahami dan mempraktikkan materi yang disajikan. Cara menyusun penjelasan dimulai dengan mendemonstrasikan pemrograman, menjelaskan fungsi spesifik perintah, hingga memberikan konteks teknologi, meningkatkan citranya sebagai individu kompeten.

Melalui akun TikTok-nya, Xaviera secara aktif membagikan konten edukasi yang dikemas dalam daftar putar “Warung Why?”. Konten tersebut membahas topik pemrograman, coding, hingga UI/UX dengan cara yang sederhana dan mudah diikuti. Materi yang disampaikan tidak hanya berupa penjelasan singkat, tetapi juga menunjukkan proses secara bertahap melalui contoh dan praktik langsung. Cara ini membantu audiens memahami alur berpikir di balik setiap materi, sekaligus memperlihatkan kemampuan Xaviera dalam menjelaskan konsep teknis secara jelas. Selain membagikan materi pembelajaran, Xaviera juga menampilkan kesehariannya sebagai mahasiswa Teknik Computer Science, salah satunya melalui unggahan tentang persiapan ujian akhir di KAIST.

Spesialisasi tersebut memperlihatkan bahwa pemahaman teknis dalam pengelolaan media sosial berangkat dari pengalaman akademik yang benar-benar dijalani secara mendalam. Xaviera membagikan proses mempelajari materi yang tergolong kompleks, mulai dari cara mengatur waktu dan menjaga energi, hingga memahami konsep kecerdasan buatan (AI) yang membutuhkan kemampuan analisis tinggi. Melalui penyampaian yang jujur dan berbasis pengalaman nyata di dunia perkuliahan, Xaviera semakin menunjukkan perannya sebagai influencer STEM sekaligus pendidik digital yang memiliki kompetensi kuat di bidang teknologi dan sains

Kepemimpinan

Kepemimpinan Xaviera dalam membangun personal branding terlihat dari keterlibatannya yang konsisten dalam isu-isu pendidikan melalui media sosial. Xaviera perannya tidak terbatas pada penyampaian informasi semata, namun turut membuka ruang interaksi dengan audiens melalui diskusi dan tanggapan yang bersifat dua arah. Pola komunikasi ini menciptakan kedekatan dengan pengikut sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap kompetensi yang dimilikinya di bidang pendidikan. Kepemimpinan yang ditampilkan bersifat partisipatif, di mana audiens dilibatkan secara aktif dalam proses belajar dan pengembangan diri.



Gambar 7. Postingan Instagram Xaviera Putri

Unggahan Instagram yang menampilkan keterlibatan Xaviera dalam berbagai program akademik memperlihatkan praktik kepemimpinan yang dijalankan secara langsung dan nyata. Dalam konteks tersebut, Xaviera menjalankan peran sebagai pembimbing yang terlibat dalam proses perencanaan kegiatan, pendampingan belajar, hingga evaluasi hasil. Pendekatan coaching dan pemberian motivasi yang diterapkan menunjukkan kemampuan mengelola tim secara strategis, sekaligus menciptakan suasana belajar yang kondusif dan suportif. Keterlibatan dalam pengambilan keputusan serta kemampuan memberikan arahan yang jelas mencerminkan kepemimpinan yang berbasis pengalaman dan keterampilan, bukan sekadar representasi simbolik di media sosial.



Gambar 8. Postingan Instagram Xaviera Putri

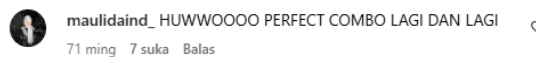
Dimensi kepemimpinan yang berorientasi pada tindakan terlihat secara jelas melalui unggahan program “Beasiswa Xaviera” di Instagram. Program ini menggambarkan kepedulian terhadap kesetaraan akses pendidikan sekaligus komitmen untuk menghadirkan dampak sosial yang nyata. Proses perancangan program, penentuan sasaran penerima, serta pelaksanaan kegiatan menunjukkan kemampuan merumuskan visi, menetapkan tujuan, dan mengelola sumber daya secara bertanggung jawab. Di sisi lain, aktivitas edukatif di TikTok yang menampilkan diskusi seputar pengalaman akademik dan tantangan pendidikan memperkuat konsistensi kepemimpinan antara ruang digital dan praktik nyata. Keseluruhan temuan ini menunjukkan bahwa personal branding Xaviera terbentuk sebagai pemimpin muda yang memiliki visi jangka panjang, kepekaan sosial, serta kapasitas kepemimpinan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat di bidang pendidikan. Di platform TikTok, kepemimpinan Xaviera tampak melalui konten edukatif dan motivasional yang berfokus pada pengembangan diri dan perjalanan akademik. Xaviera secara aktif memberikan arahan terkait pola pikir, pengelolaan tekanan akademik, serta cara membangun kepercayaan diri sebagai pelajar dan mahasiswa. Narasi yang digunakan cenderung lugas dan empatik, sehingga audiens merasa dibimbing, bukan sekadar diajari. Keterlibatan dalam diskusi dan respons terhadap pengalaman audiens memperlihatkan gaya kepemimpinan yang komunikatif dan partisipatif

Kepribadian

Personal branding Xaviera pada aspek kepribadian terlihat dari keaktifannya dalam membagikan konten serta gaya penyampaian informasi yang konsisten, jelas, dan menarik. Pola komunikasi ini menjadi ciri khas yang membedakan Xaviera dari influencer edukasi lainnya. Melalui unggahan di Instagram, Xaviera tidak hanya menampilkan pencapaian akademik, tetapi juga menghadirkan konteks yang relevan dan mudah dipahami oleh audiens, sehingga pesan yang disampaikan terasa lebih dekat dan bermakna.

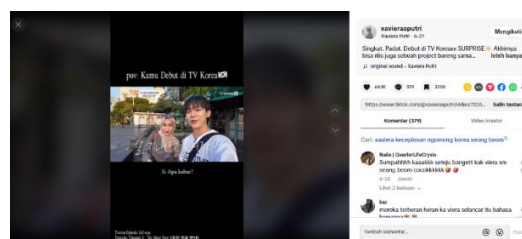


Gambar 9. Postingan Instagram Xaviera Putri



Gambar 10. Komentar postingan Instagram Xaviera Putri

Salah satu contohnya terlihat pada unggahan Instagram tanggal 6 November 2023, ketika Xaviera berkolaborasi dengan sesama influencer edukasi. Dalam unggahan tersebut, Xaviera menampilkan aktivitas kolaborasi disertai penjelasan singkat mengenai profil dan latar belakang rekan yang terlibat. Kesamaan pengalaman di dunia pendidikan internasional menciptakan ruang diskusi yang cair dan saling melengkapi. Kolaborasi ini mendapat respons positif dari audiens, yang tercermin melalui komentar-komentar apresiatif. Cara Xaviera memberi ruang bagi rekan kolaborasi tanpa menonjolkan diri secara berlebihan membangun citra kepribadian yang terbuka, rendah hati, dan suportif. Kepribadian Xaviera juga tercermin melalui gaya penyampaian caption yang runtut dan mudah dipahami. Xaviera tidak hanya membagikan informasi, tetapi juga mengajak audiens melihat nilai yang dapat dipelajari dari pengalaman akademik yang dibagikan. Pendekatan ini menumbuhkan kesan bahwa Xaviera adalah figur yang hangat dan mudah didekati, bukan sekadar pribadi berprestasi. Respons audiens yang positif menunjukkan adanya kedekatan emosional, sehingga Xaviera dipersepsikan sebagai influencer edukasi yang ramah, inspiratif, dan tulus dalam berbagi pengetahuan.



Gambar 11. Postingan TikTok Xaviera Putri

Pada platform TikTok, kepribadian Xaviera tampak melalui unggahan yang menampilkan partisipasinya dalam sebuah program televisi di Korea Selatan. Kolaborasi lintas negara tersebut merepresentasikan kepercayaan diri dan kemampuan adaptasi Xaviera dalam menghadapi lingkungan dan budaya yang berbeda. Dalam unggahan tersebut, Xaviera menyampaikan informasi terkait proyek yang telah dirilis dengan gaya bahasa yang santai dan komunikatif, sehingga audiens merasa dilibatkan dalam momen pencapaian tersebut. Gaya komunikasi Xaviera di TikTok cenderung lebih ekspresif dan dinamis, selaras dengan karakter audiens muda. Meskipun dikemas secara ringan dan menghibur, identitasnya sebagai figur edukasi tetap terjaga. Hal ini menunjukkan bahwa kepribadian dalam personal branding Xaviera dibangun secara konsisten melalui cara berkomunikasi yang apa adanya dan relevan. Melalui konten tersebut, Xaviera dipersepsikan sebagai individu yang tidak hanya menunjukkan capaian akademik yang baik, tetapi juga terbuka, mudah bergaul, serta mampu bekerja sama dengan berbagai pihak tanpa kehilangan sikap rendah hati

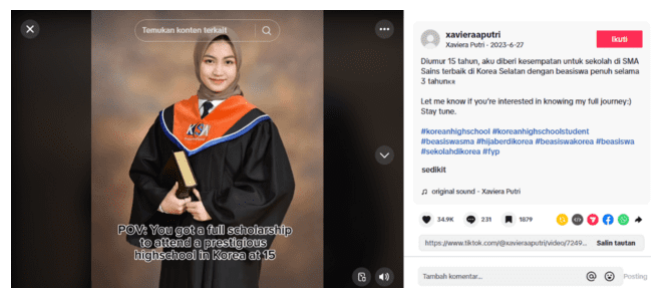
Perbedaan

Dalam membangun personal branding, unsur pembeda menjadi aspek penting agar citra yang ditampilkan tidak mudah disamakan dengan individu lain dalam bidang yang serupa. Pembeda tersebut berperan dalam memperkuat identitas dan memberikan kesan yang melekat di benak audiens.



Gambar 12. Postingan Instagram Xaviera Putri

Unggahan Instagram yang menampilkan hari pertama bersekolah di Korea Selatan setelah menempuh pendidikan di Indonesia merepresentasikan awal perjalanan akademik di lingkungan pendidikan internasional. Keterangan “Akademi Sains Korea, KAIST,” tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga memperlihatkan keberanian dalam mengambil langkah besar di usia muda. Unggahan ini berkembang menjadi narasi visual yang menggambarkan proses perubahan diri serta komitmen terhadap pendidikan lintas budaya. Melalui konten tersebut, terbentuk persepsi sebagai pelajar muda yang berprestasi, berorientasi global, dan memiliki kesungguhan dalam pengembangan akademik. Personal branding yang ditampilkan melalui Instagram menunjukkan pembeda yang kuat dibandingkan figur publik lain, khususnya pada pilihan untuk menonjolkan perjalanan pendidikan daripada sisi hiburan atau gaya hidup. Visual yang sederhana dan apa adanya memperkuat citra sebagai pelajar yang fokus pada proses belajar. Unggahan terkait aktivitas akademik dan keterlibatan dalam lingkungan pendidikan internasional secara bertahap membangun gambaran sebagai pelajar global dengan sudut pandang intelektual serta kepekaan terhadap keberagaman budaya. Nilai keberanian, konsistensi, dan kesiapan menghadapi tantangan menjadi identitas yang tersirat dalam setiap konten.



Gambar 13. Postingan TikTok Xaviera Putri

Gaya personal branding pada platform TikTok, unsur pembeda semakin terlihat melalui konten yang menonjolkan prestasi akademik di bidang STEM dan orientasi global yang relatif jarang ditampilkan oleh remaja seusianya. Salah satu unggahan memperlihatkan pencapaian sebagai penerima beasiswa penuh di sekolah menengah sains Korea Selatan sejak usia 15 tahun. Narasi visual yang dibangun tidak hanya menampilkan pencapaian, tetapi juga menegaskan identitas sebagai individu muda yang mandiri, berwawasan luas, dan berpikir visioner. Konsistensi dalam

menampilkan pengalaman akademik lintas negara memperkuat citra tersebut di mata audiens. Keunikan lain terletak pada keberanian mengangkat tema sains dan teknologi yang sering dianggap berat, lalu mengemasnya dalam bentuk konten yang ringan dan relevan bagi anak muda. Pendekatan komunikasi yang santai membuat topik akademik terasa lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari. Melalui strategi ini, bidang STEM tidak lagi dipersepsikan sebagai sesuatu yang kaku atau membosankan, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup yang inspiratif dan aspiratif. Perbedaan inilah yang memperkuat personal branding sebagai influencer edukasi dengan identitas yang kuat, autentik, dan berorientasi pada peluang pendidikan global.

Keterlihatan

Keterlihatan personal branding Xaviera terbentuk melalui konsistensi dalam mengunggah konten serta tingkat keterlibatan audiens yang tinggi di media sosial. Konten yang dibagikan secara rutin menampilkan aktivitas akademik, proses belajar, serta berbagai pencapaian yang relevan dengan bidang pendidikan dan teknologi. Pola unggahan yang stabil tersebut membuat keberadaan Xaviera mudah dikenali dan terus muncul dalam linimasa pengikut, sehingga eksistensinya di ruang digital terjaga secara berkelanjutan.



Gambar 14. Postingan Instagram Xaviera Putri

Personal branding yang ditampilkan melalui media sosial Instagram terlihat dari konsistensi unggahan yang berfokus pada aktivitas akademik dan pencapaian pendidikan. Setiap konten disajikan dengan visual yang rapi, tema yang seragam, serta narasi yang menonjolkan proses belajar dan prestasi. Pola ini membentuk citra sebagai individu yang memiliki komitmen tinggi terhadap dunia pendidikan dan pengembangan diri. Tingginya tingkat keterlibatan audiens, yang tercermin dari jumlah tanda suka dan komentar pada setiap unggahan, menunjukkan bahwa konten tersebut relevan dan mampu menarik perhatian publik. Respons positif tersebut memperkuat persepsi profesional, disiplin, dan berorientasi pada prestasi. Melalui Instagram, personal branding tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan pribadi, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana strategis untuk membangun reputasi akademik yang kredibel dan menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk di tingkat internasional.



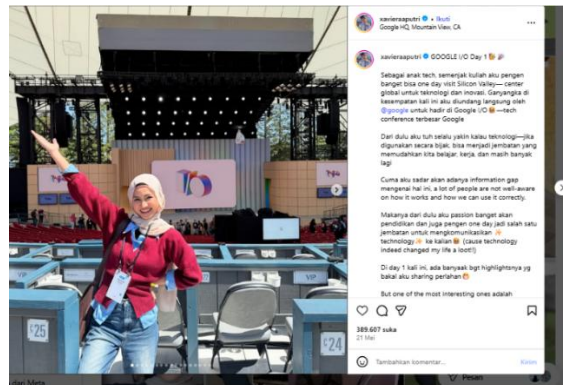
Gambar 15. Postingan TikTok Xaviera Putri

Personal branding di TikTok ditampilkan melalui konten edukatif yang dikemas secara ringan dan komunikatif, seperti tips belajar, pengalaman pendidikan di luar negeri, serta motivasi di bidang akademik dan STEM. Keberagaman tema yang diunggah secara rutin menunjukkan upaya untuk menghadirkan konten yang informatif sekaligus inspiratif bagi audiens muda. Pendekatan ini membuat pesan yang disampaikan mudah dipahami dan dekat dengan keseharian penonton. Identitas visual menjadi elemen penting dalam pembentukan personal branding di TikTok. Penggunaan pencahayaan yang konsisten, tone warna yang seragam, ekspresi yang positif, serta teks overlay

yang jelas menjadikan setiap video mudah dikenali sebagai bagian dari satu kesatuan identitas. Jumlah penayangan yang mencapai jutaan menunjukkan tingkat keterlihatan yang tinggi serta keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Dengan demikian, TikTok berperan sebagai media yang efektif dalam memperkuat citra edukatif sekaligus membangun kedekatan emosional dengan audiens secara berkelanjutan.

Kesatuan

Kesatuan dalam personal branding berkaitan dengan konsistensi antara nilai yang ditampilkan di ruang publik dan aktivitas nyata yang dijalani. Aspek ini terlihat dari keselarasan pesan edukatif, pengalaman akademik, serta kebiasaan sehari-hari yang ditampilkan melalui media sosial. Konsistensi tersebut menjadi dasar dalam membangun citra yang stabil, sehingga personal branding tidak hanya terbentuk dari unggahan visual, tetapi juga dari nilai dan prinsip yang dijalankan.



Gambar 16. Postingan Instagram Xaviera Putri



Gambar 17. Postingan Instagram Xaviera Putri

Personal branding yang ditampilkan melalui Instagram menonjolkan citra sebagai figur edukatif yang konsisten dalam membagikan wawasan akademik, teknologi, dan inovasi pendidikan. Pola unggahan menunjukkan kesatuan antara minat personal, aktivitas akademik, dan pesan yang disampaikan kepada publik. Konten yang dibagikan tidak bersifat acak, melainkan terarah pada tema pendidikan global, pengembangan teknologi, serta pengalaman belajar lintas negara. Hal tersebut terlihat dari unggahan yang mendokumentasikan keikutsertaan dalam Google I/O di Silicon Valley. Melalui konten tersebut, disampaikan pandangan bahwa teknologi memiliki peran penting dalam menunjang proses belajar, dunia kerja, dan kehidupan sehari-hari apabila dimanfaatkan secara bijak. Pesan ini sekaligus menegaskan peran sebagai penghubung yang membantu masyarakat memahami perkembangan teknologi secara lebih kontekstual dan aplikatif. Selain itu, unggahan yang membahas inovasi pendidikan di Korea Selatan, seperti konsep Computational Thinking yang dikembangkan di KAIST, semakin memperkuat citra intelektual. Penjelasan mengenai pentingnya pola pikir sistematis dalam menyelesaikan persoalan kompleks menunjukkan upaya mentransformasikan pengetahuan global agar relevan dengan realitas lokal. Konsistensi tema, kualitas visual yang tertata, serta narasi reflektif menjadikan Instagram sebagai ruang strategis untuk membangun reputasi akademik yang kredibel dan berkelanjutan.



Gambar 18. Postingan TikTok Xaviera Putri

Personal branding pada TikTok ditampilkan melalui konten yang lebih dinamis, aplikatif, dan dekat dengan keseharian audiens muda, tanpa meninggalkan nilai edukatif. Platform ini dimanfaatkan untuk menampilkan keseimbangan antara aktivitas akademik dan non-akademik, khususnya melalui konten seputar manajemen waktu, produktivitas, serta pengalaman menjalani pendidikan di luar negeri. Salah satu tema yang konsisten diangkat adalah penerapan time blocking sebagai strategi mengatur waktu secara terencana. Konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi aktivitas, tetapi juga memberikan panduan praktis yang dapat diterapkan oleh penonton. Melalui pendekatan ini, terbentuk citra sebagai mahasiswa yang disiplin, terorganisir, dan mampu menentukan prioritas secara efektif dalam menghadapi tuntutan akademik yang kompleks. Dari sisi visual, keterlihatan personal branding diperkuat melalui penggunaan pencahayaan yang seragam, tone warna yang konsisten, ekspresi yang komunikatif, serta teks overlay yang informatif. Pola visual yang berulang menjadikan setiap unggahan mudah dikenali dan membangun identitas konten yang khas. Tingginya jumlah penayangan dan interaksi menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam menarik perhatian sekaligus menjaga keterhubungan emosional dengan audiens, sehingga TikTok berfungsi sebagai media penguatan citra edukatif yang inspiratif dan relevan dengan generasi muda.

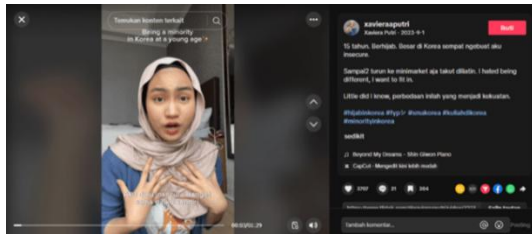
Keteguhan

Keteguhan dalam personal branding menggambarkan konsistensi dalam menjaga nilai, identitas, dan arah citra diri yang ditampilkan kepada publik. Keteguhan tidak hanya terlihat dari keberlanjutan kehadiran di media sosial, tetapi juga dari kemampuan mempertahankan karakter utama meskipun dihadapkan pada perubahan tren, tuntutan audiens, dan dinamika platform digital.



Gambar 19. Postingan Instagram Xaviera Putri

Melalui platform Instagram, personal branding yang ditampilkan menonjolkan aspek keteguhan dalam mempertahankan nilai edukasi dan proses jangka panjang. Unggahan yang menampilkan buku perdana berjudul Kimchi Confessions merepresentasikan konsistensi dalam membangun citra diri sebagai figur yang berorientasi pada pembelajaran, refleksi, dan pengembangan diri. Buku tersebut tidak hanya menjadi simbol pencapaian personal, tetapi juga memperlihatkan perjalanan panjang yang dilalui, mulai dari proses belajar, pembentukan pola pikir, hingga upaya berkelanjutan dalam meraih pendidikan dan beasiswa penuh di Korea Selatan. Di tengah dinamika media sosial yang cenderung mengedepankan konten singkat dan cepat dikonsumsi, pilihan untuk menghadirkan karya berbentuk buku menunjukkan keteguhan dalam menjaga identitas inti. Personal branding yang dibangun tidak bergantung pada tren sesaat, melainkan berlandaskan komitmen jangka panjang terhadap nilai pendidikan. Konsistensi tersebut memperlihatkan bahwa citra diri yang ditampilkan di Instagram tetap stabil meskipun terjadi perubahan tren dan ekspektasi audiens di ruang digital.

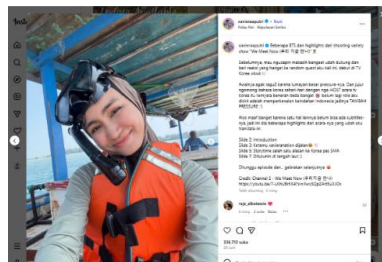


Gambar 20. Postingan TikTok Xaviera Putri

Pada platform TikTok, aspek keteguhan dalam personal branding tercermin melalui keberanian menampilkan identitas dan pengalaman hidup sebagai bagian dari kelompok minoritas berhijab di Korea Selatan. Konten yang dibagikan menyoroti perjalanan hidup selama bertahun-tahun di lingkungan dengan latar budaya yang berbeda, sekaligus menggambarkan upaya mempertahankan nilai dan keyakinan personal. Narasi yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga reflektif, sehingga memperlihatkan konsistensi dalam menyuarakan identitas diri secara terbuka. Di tengah karakter TikTok yang identik dengan konten ringan dan hiburan cepat, pendekatan naratif yang lebih mendalam menunjukkan keteguhan dalam mempertahankan karakter personal branding. Identitas yang ditampilkan tidak disesuaikan secara berlebihan demi mengikuti arus tren, melainkan disampaikan secara jujur dan berkesinambungan. Hal tersebut menegaskan bahwa personal branding yang dibangun tetap berpijak pada nilai yang diyakini, meskipun berada dalam tekanan budaya dan dinamika platform digital yang terus berubah.

Nama Baik

Aspek nama baik dalam personal branding Xaviera Putri tercermin melalui respons positif yang konsisten dari media maupun publik, yang menunjukkan terbentuknya reputasi sebagai figur inspiratif di bidang pendidikan. Reputasi tersebut tidak muncul secara instan, melainkan dibangun melalui konsistensi penyampaian konten edukatif yang relevan, etis, dan bernilai, sehingga membentuk persepsi positif yang berkelanjutan di kalangan audiens.



Gambar 21. Postingan Instagram Xaviera Putri

Melalui unggahan di Instagram yang menampilkan keterlibatan dalam sebuah acara varietas Korea, Xaviera membagikan pengalaman kolaborasi syuting di ranah internasional dengan narasi yang santun dan tidak berlebihan. Penyampaian rasa terima kasih kepada para penonton atas dukungan yang diberikan mencerminkan etika komunikasi yang baik sekaligus membangun kesan menghargai audiens. Konten tersebut memperlihatkan profesionalisme, tanggung jawab, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan lintas budaya, sekaligus menunjukkan upaya membawa identitas Indonesia kepada audiens global. Keterbukaan dalam membagikan pengalaman internasional tanpa menonjolkan diri secara berlebihan membentuk pandangan publik bahwa Xaviera merupakan figur yang rendah hati, komunikatif, dan mampu menjaga sikap dalam ruang publik yang luas. Reputasi yang terbentuk semakin kuat karena tidak adanya kontroversi dalam aktivitas yang ditampilkan serta dukungan audiens yang tercermin melalui komentar positif mengenai kecerdasan, dedikasi, dan integritas, sehingga nama baik tidak hanya dibangun dari capaian, tetapi juga dari konsistensi perilaku komunikasi yang bermartabat



Gambar 22. Postingan Instagram Xaviera Putri

Selain itu, unggahan Instagram lain yang menampilkan peran sebagai pelatih dalam kompetisi akademik tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) menunjukkan pengakuan dari lembaga pendidikan dan platform pembelajaran digital ternama di Indonesia. Keterlibatan tersebut mencerminkan kepercayaan terhadap kompetensi dan tanggung jawab dalam mendukung pengembangan kemampuan akademik generasi muda. Respons publik yang positif semakin memperkuat citra sebagai figur teladan yang beretika, kompeten, dan memiliki kontribusi sosial yang nyata. Konsistensi antara citra, kepribadian, dan rekam jejak yang ditampilkan menjadikan personal branding yang dibangun berada pada tingkat reputasi yang stabil, kredibel, dan dapat diandalkan.



Gambar 23. Postingan TikTok Xaviera Putri

Unggahan di TikTok menunjukkan bahwa citra positif Xaviera Putri membuka peluang untuk mewakili KAIST dalam ajang akademik tingkat perguruan tinggi yang diselenggarakan oleh platform pembelajaran daring. Partisipasi tersebut disampaikan melalui narasi yang menekankan rasa syukur atas kesempatan untuk terhubung dan belajar bersama pelajar Indonesia berprestasi. Penyampaian pesan yang ramah, santun, dan mencerminkan kedewasaan emosional membentuk citra publik yang jauh dari kesan sombong. Keikutsertaan dalam kompetisi tersebut juga dimaknai sebagai keberanian untuk keluar dari zona nyaman, sekaligus memperlihatkan semangat, antusiasme, dan kesiapan menghadapi tantangan akademik di tingkat yang lebih tinggi. Lebih lanjut, kepercayaan sebagai representasi resmi dari universitas ternama menunjukkan bahwa reputasi yang terbangun telah mencapai tingkat kepercayaan institusional. Narasi yang tidak hanya berfokus pada capaian, tetapi juga pada proses belajar dan keinginan untuk tumbuh bersama komunitas akademik, menghadirkan nilai kolaborasi secara alami. Jejak digital yang konsisten, bebas dari kontroversi, serta keteraturan dalam menampilkan konten edukatif menjadikan TikTok sebagai media yang memperlihatkan personal branding yang utuh, terintegrasi, dan berkelanjutan, di mana reputasi tidak semata ditentukan oleh prestasi, tetapi juga oleh kualitas komunikasi dan sikap dalam berbagi proses pembelajaran.

VII. SIMPULAN

Temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa Xaviera Putri berhasil membangun personal branding yang kuat dan konsisten melalui pemanfaatan media sosial Instagram dan TikTok, sebagaimana tercermin dalam penerapan delapan konsep personal branding Peter Montoya. Spesialisasi diwujudkan melalui konsistensi dalam membagikan konten edukatif yang berfokus pada tips belajar dan pengembangan akademik, sementara aspek kepemimpinan tampak dari keterlibatan aktif dalam pembimbingan program akademik serta pengadaan program beasiswa. Kepribadian ditampilkan melalui keterbukaan dan kemampuan bekerja sama, sedangkan unsur perbedaan menonjolkan pendekatan edukatif berbasis prestasi dan pengalaman akademik. Keterlihatan dibangun melalui unggahan dengan menampilkan aktivitas akademik, kesatuan tercermin dari keterkaitan yang selaras antara satu konten dengan konten lainnya, dan keteguhan terlihat dalam kemampuan mempertahankan karakter utama sebagai educator. Aspek nama baik ditunjukkan melalui reputasi positif yang terbentuk di tingkat nasional maupun global.

Fokus penelitian yang menekankan bidang pendidikan, STEM, dan pengembangan diri menjadikan Xaviera sebagai figur inspiratif bagi Generasi Z, sekaligus menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan secara strategis sebagai sarana pembentukan identitas diri yang kredibel, edukatif, dan berdampak positif bagi pelajar dan mahasiswa di ruang digital. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu subjek serta menggunakan data berbasis observasi konten tanpa melibatkan wawancara langsung dengan subjek maupun audiens, sehingga pengaruh personal branding terhadap perubahan sikap dan perilaku pengikut belum dapat dikaji secara mendalam, terlebih dengan adanya dinamika algoritma dan tren platform yang terus berubah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan subjek pembandingan, mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif, serta mengeksplorasi perspektif audiens secara langsung guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas personal branding influencer pendidikan di berbagai platform media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, atas bantuan akademik beserta fasilitas yang menunjang kelancaran proses kegiatan penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada dosen pembimbing, Istiqomah, M.Med.Kom, atas bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif dengan demikian, proses penelitian dapat berjalan hingga tahap penyelesaian. Peneliti juga menyampaikan apresiasi kepada dosen penguji, Nur Aini Shofiya Asy'ari, M.I.Kom selaku penguji I dan Ainur Rochmaniah, M.Si selaku penguji II, atas kritik, saran, dan evaluasi yang diberikan sebagai upaya penyempurnaan penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta atas doa, dukungan moral, motivasi, serta kesabaran yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan, serta kebersamaan dalam berbagai tahap penelitian, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Selain itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kelancaran proses penelitian hingga penulisan karya ilmiah ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang personal branding dan media sosial.

REFERENSI

- [1] I. A. Muharromah and Y. Yunita, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Upaya Meningkatkan Personal Branding," *Wistara J. Pendidik. Bhs. dan Sastra*, vol. 4, no. 1, pp. 96–101, 2023, doi: 10.23969/wistara.v4i1.10247.
- [2] S. Arifah and E. Syafitri, "Implementasi Personal Branding Dalam Meningkatkan Kredibilitas Jiwa Entrepreneurship Di Era Digital," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 119–123, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.feunhasy.ac.id/dinamis>.
- [3] N. A. Fitriani, I. Firmansyah, R. Oktaviani, and W. Rizkyanfi, "the Use of Social Media for Personal Branding Purposes Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Personal Branding," *Ilmu Komun. Acta Diurna*, vol. 20, no. 1, pp. 2548–9496, 2024, [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada->
- [4] F. A. Abednego, C. Kuswoyo, Cen Lu, and G. E. Wijaya, "Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram pada Generasi Y dan Generasi Z di Bandung," *JRB-Jurnal Ris. Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 57–73, 2021, doi: 10.35814/jrb.v5i1.2558.
- [5] T. R. Utami and M. Christin, "Strategi Personal Branding Comedian Influencer di Media Sosial," *J. Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 7, no. 2, pp. 146–164, 2023, doi: 10.30596/ji.v7i2.13678.
- [6] M. Meifitri, "Fenomena 'Influencer' Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru Di Kalangan Generasi 'Zoomer,'" *Komunikasiana J. Commun. Stud.*, vol. 2, no. 2, p. 84, 2020, doi: 10.24014/kjcs.v2i2.11772.
- [7] A. F. Marenza and M. H. Dianti, "Personal Branding " Gemoy " Prabowo (Case Study On The Tiktok Account @ Partai Gerindra)," vol. 3, no. 4, pp. 209–218, 2024.
- [8] R. M. Sopari, W. D. Alawiyah, A. Bisnis, P. Negeri, and B. Indonesia, "Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung," vol. 7, no. 3, pp. 356–369.
- [9] D. Novita, C. Permatasari, U. Azam, B. Digital, and P. I. Bali, "STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA DIGITAL," vol. 3, no. 2, pp. 98–115, 2024.
- [10] P. Selling, C. Writing, and M. Sosial, "Personal Branding : Membangun Karakter Melalui Content Writing Berbasis Media Sosial," vol. 6, pp. 1–16.
- [11] Y. Padaniyah and H. S.Pd, M.Si, "Perspektif Sosisologi Ekonomi Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19," *POINT J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 3, no. 1, pp. 32–44, 2021, doi: 10.46918/point.v3i1.902.
- [12] D. Amalia, G. S. Dini, N. A. Azzahra, and N. R. Marsha, "Analisis Personal Branding Akun@ Sashfir Di Media Sosial Instagram," *Nusant. J. Ilmu Pengetah. Sos.*, vol. 11, no. 1, pp. 108–119, 2024.
- [13] A. D. Bahar, Y. Maringgi, and F. Syawal, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Personal Branding," *J. Manag. Bussines*, vol. 4, no. 1, pp. 199–217, 2022, doi: 10.31539/jomb.v4i1.3547.
- [14] A. D. Bahar, Y. Maringgi, and F. Syawal, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Personal Branding," *J. Manag. Bussines*, vol. 4, no. 1, pp. 199–217, 2022, doi: 10.31539/jomb.v4i1.3547.
- [15] A. Shinta and K. Y. S. Putri, "Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram," *Communicology J. Ilmu Komun.*, vol. 9, no. 1, pp. 98–122, 2021, [Online]. Available: <http://journal.unj.ac.id/>.
- [16] U. Suparman, *Bagaimana Menganalisis Data Kualitatif?* 2020.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.