

TA Awalia Legita Amandaa Acc (1)

19% Suspicious texts

12% Similarities
 < 1% similarities between quotation marks
 0% among the sources mentioned

4% Unrecognized languages

4% Texts potentially generated by AI

Document name: TA Awalia Legita Amandaa Acc (1).pdf Document ID: 73cff7f2bd44ab70aa2dfb96021524f7ffae914c Original document size: 1.29 MB	Submitter: UMSIDA Perpustakaan Submission date: 2/2/2026 Upload type: interface analysis end date: 2/2/2026	Number of words: 8,639 Number of characters: 66,837
--	--	--

Location of similarities in the document:



☰ Sources of similarities

Main sources detected

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf KARYA ILMIAH Agustina Kurni... #769aca Comes from my group 36 similar sources	11%		☞ Identical words: 11% (1,100 words)
2	template+joincs+NEW.docx template+joincs+NEW #dce4a0 Comes from my group 36 similar sources	11%		☞ Identical words: 11% (1,103 words)
3	archive.umsida.ac.id https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094 25 similar sources	11%		☞ Identical words: 11% (1,066 words)
4	archive.umsida.ac.id https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5915/43801/48958 24 similar sources	11%		☞ Identical words: 11% (1,039 words)
5	doi.org Semiotic Analysis of Social Class Representation in Satria Dewa Gatotkac... https://doi.org/10.21070/how.v1i2.101 11 similar sources	3%		☞ Identical words: 3% (256 words)

Sources with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa UMSIDA_NOVIA ADELIN CHRISTIE OTT... #d1fbf9 Comes from my group	< 1%		☞ Identical words: < 1% (15 words)
2	journal.umy.ac.id Representasi Komodifikasi Simbol Religi dalam Iklan Wardah https://journal.umy.ac.id/index.php/ja/article/download/8768/5725	< 1%		☞ Identical words: < 1% (14 words)
3	doi.org THE USE OF SOCIAL MEDIA FOR PERSONAL BRANDING PURPOSE https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2024.20.1.8349	< 1%		☞ Identical words: < 1% (14 words)
4	repository.uin-suska.ac.id PEMANFAATAN INSTAGRAM @warunkduada SEBA... http://repository.uin-suska.ac.id/65740/1/[Gabungkan]sridevi-WPS Office_20230126_135047...	< 1%		☞ Identical words: < 1% (10 words)

Referenced doi sources (without similarities detected) These sources were cited in the paper without finding any similarities.

1	http://ejournal.feunhasy.ac.id/dinamis
2	https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di
3	http://journal.unj.ac.id/

Points of interest



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

Page | 1

Copyright © Author.



KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati

Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or

reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this

journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these



template+joincs+NEW.docx | template+joincs+NEW

Comes from my group

terms.

Building an Online Identity: An Analysis of Influencer @Xavieraputri's

Branding on Instagram and TikTok

Awalia Legita Amanda1),



Istiqomah2)

1)



doi.org | Semiotic Analysis of Social Class Representation in Satria Dewa Gatotkaca Movie

<https://doi.org/10.21070/how.v1i2.101>

Program Studi Ilmu

Komunikasi,



KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati

Comes from my group

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2)Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah

Sidoarjo, Indonesia



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5915/43801/48958>

*Email Penulis Korespondensi:

amandaawalia92@gmail.com

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

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 dilakukan untuk memasarkan diri 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]. Dalam konteks media sosial, influencer adalah individu dengan jangkauan pengikut yang besar dan aktif. Serta 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 (100.000–1.000.000 pengikut), dan Mega Influencer (lebih dari 1 juta pengikut) [5].

Kemudahan dalam mengakses beragam platform media sosial, turut didukung pesatnya oleh teknologi, menjadikan profesi influencer sebagai cita-cita baru yang sangat menjanjikan, terutama di kalangan Gen Z [6]. Keberhasilan personal branding di media sosial dapat dilihat melalui sejumlah indikator yang saling berkaitan, salah satunya adalah jumlah pengikut yang dimiliki. Angka ini tidak hanya mencerminkan tingkat popularitas, tetapi juga menunjukkan sejauh mana seseorang mampu menarik perhatian publik dan memengaruhi pandangan audiens di platform digital. Semakin besar jumlah pengikut, semakin luas pula jangkauan pesan yang dapat disampaikan, sehingga peluang untuk membangun kedekatan, kepercayaan, serta pengaruh terhadap audiens menjadi lebih besar dan berkelanjutan [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),



merupakan perguruan tinggi terbaik yang dikenal

memiliki reputasi kuat dalam pengembangan teknologi di Asia, dengan jurusan Ilmu Komputer dan Manajemen Teknologi Bisnis. Xaviera memusatkan fokus secara khusus pada bidang STEM (Sains, Teknologi, Teknik, dan Matematika) dan pendidikan. Kehadirannya menjembatani dunia akademis STEM yang kerap dianggap kaku menjadi konten yang mudah dipahami oleh masyarakat luas. Melalui jangkauan pengikut yang sangat besar, yakni sekitar 3,1 juta di Instagram dan 1,7 juta di TikTok, informasi edukatif yang dibagikannya dapat tersebar secara luas dan efektif. Melalui berbagai unggahan di media sosial, Xaviera kerap membagikan pengalaman seputar perjalanan belajar, strategi belajar yang sederhana dan mudah dipraktikkan, serta kebiasaan akademik yang terasa dekat dengan

keseharian generasi muda. Setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi, aktivitas yang dijalani tidak berhenti pada ranah akademik semata, melainkan terus meluas ke berbagai kegiatan lain, seperti terlibat sebagai pengisi program pembelajaran, menjalin kerja sama dengan figur-figur di bidang pendidikan, hingga berkolaborasi dengan brand fashion, sehingga terlihat adanya kemampuan mengaitkan nilai-nilai edukasi dengan dinamika serta kebutuhan industri kreatif secara alami dan relevan.



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

2 | Page

Copyright © Author.



KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati

Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these



template+joincs+NEW.docx | template+joincs+NEW

Comes from my group

terms.



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

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 Awardee (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.

Berbagai pencapaian tersebut mencerminkan dedikasi, ketekunan, dan pemahaman mendalam di berbagai bidang

secara matang.

Di luar aktivitas akademik dan kesehariannya di ruang digital, Xaviera menyalurkan kepedulian pada literasi lewat

sebuah buku berjudul "Kimchi Confessions" yang ditulis dari pengalaman nyata selama menjalani studi di Korea Selatan, mulai dari cerita hidup sebagai mahasiswa, proses beradaptasi di lingkungan baru, hingga benturan budaya yang ditemui dalam keseharian, semuanya disampaikan dengan alur cerita yang mengalir, jujur, dan terasa dekat dengan realitas pembaca, sehingga buku ini bukan sekadar catatan perjalanan pendidikan, tetapi juga ruang refleksi yang memuat pelajaran hidup, keberanian untuk mencoba hal baru, serta dorongan semangat bagi generasi muda yang memiliki mimpi melanjutkan studi ke luar negeri, dan melalui karya tersebut, citra Xaviera sebagai figur inspiratif semakin terasa kuat karena konsistensinya menghadirkan pesan positif yang relevan dengan kehidupan sosial sehari-hari.

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 deras 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 publik [10]. Tujuannya adalah untuk memposisikan individu sebagai ahli atau pemimpin di bidangnya, sehingga menghasilkan pengakuan, membangun kepercayaan.

Personal branding menjadi semakin penting di tengah arus informasi yang cepat dan persaingan yang semakin ketat, karena membantu seseorang membangun identitas yang jelas dan mudah dikenali. Melalui personal branding, individu dapat menunjukkan keunikan diri sekaligus membuka peluang yang sesuai dengan kemampuan dan arah pengembangan dirinya. Proses ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui kesadaran dan konsistensi dalam bersikap, berkomunikasi, serta menampilkan diri di berbagai situasi, baik dalam ranah profesional maupun kehidupan



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

Page | 3

Copyright © Author.



KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati

Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these



template+joincs+NEW.docx | template+joincs+NEW

Comes from my group

terms.

sehari-hari. Dengan demikian, persepsi yang terbentuk di mata orang lain dapat terjaga selaras dengan nilai, prinsip, dan tujuan yang ingin diwujudkan dalam jangka panjang.

Untuk mendukung analisis tersebut, penelitian ini secara khusus mengacu pada delapan prinsip utama yang menjadi landasan dalam proses pembentukan personal branding diterapkan 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 positif dari para pengikut menunjukkan bahwa sosok tersebut dipandang sebagai pribadi yang inspiratif, santun, dan cerdas dalam bersikap, tercermin dari rekam jejak yang konsisten menjaga citra positif, minim kontroversi, serta keterlibatan dalam berbagai kolaborasi profesional di bidang pendidikan dan 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].

4 | PageCopyright © Author.



14

KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati

Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or

reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this

journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these



15

template+joincs+NEW.docx | template+joincs+NEW

Comes from my group

terms.

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), dengan dengan fokus kajian berjudul "Analisis Personal Branding Akun @Sashfir di Media Sosial Instagram". Penelitian ini menerapkan 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 mengikuti tren, tetapi juga menarik perhatian pengguna Instagram. Konsistensi konten, penggunaan filter, caption, serta interaksi dengan pengikut turut membentuk citra diri yang kuat dan konsisten. Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan sebelumnya 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), dengan fokus kajian "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 rutinitas 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), dengan fokus kajian "Pembentukan Personal

Branding @Dilanjaniyar_2 di Media Sosial TikTok” [14]. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif 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), dengan fokus kajian “Efektivitas Media Sosial Instagram terhadap Personal Branding Bintang Emon” [15]. Pendekatan yang dilakukan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengkaji 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.

Pesatnya perkembangan media sosial dan meningkatnya figur yang berperan sebagai influencer, penelitian yang ada tersebut masih menyisakan celah untuk dieksplorasi lebih jauh. Berbagai penelitian sebelumnya umumnya hanya menitikberatkan analisis pada satu platform media sosial, sehingga pola dan strategi personal branding yang dijalankan di berbagai platform belum tergambarkan secara utuh. Di sisi lain, fokus kajian juga lebih banyak diarahkan pada influencer di ranah hiburan, gaya hidup, dan kesehatan, sementara pembahasan mengenai figur di bidang pendidikan masih tergolong minim dan belum banyak mendapatkan perhatian mendalam. 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 pemikiran 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 memperhatikan pengelompokan influencer berdasarkan jumlah pengikutnya sebagai bahan pertimbangan untuk memahami bagaimana perbedaan skala audiens dapat memengaruhi keberhasilan strategi branding yang dijalankan, sehingga analisis tidak hanya berfokus pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada jangkauan dan dampak nyata yang dihasilkan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, terutama dalam memahami bagaimana personal branding dibangun dan dimaknai di ruang digital. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi rujukan praktis bagi individu, khususnya generasi muda, dalam merancang citra diri yang jujur, relevan, dan sesuai dengan karakter pribadi yang ditampilkan di media sosial. Selain itu, penelitian ini menunjukkan pentingnya peran figur edukatif di media digital dalam menyebarkan nilai-nilai positif, meningkatkan kesadaran literasi digital, serta menumbuhkan motivasi 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

Copyright © Author.

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or

reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this

journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these

terms.



mengaitkannya pada konten yang diunggah serta cara Xaviera berinteraksi dengan pengikutnya di media sosial, terutama melalui Instagram dan TikTok. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah pada 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 Superman, 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 dalam penelitian ini dilakukan dengan meninjau seluruh unggahan konten Xaviera Putri di Instagram dan TikTok, mencakup video, foto, tulisan, story, serta interaksi dengan para pengikutnya. Proses ini diarahkan untuk menangkap pola konten, cara penyampaian pesan, dan tema yang berulang sehingga terlihat bagaimana citra Xaviera dibangun sebagai figur influencer di bidang edukasi. Konten yang dianggap relevan

selanjutnya ditelaah menggunakan delapan konsep personal branding Peter Montoya, kemudian disaring dengan hanya mempertahankan informasi yang sesuai dengan indikator setiap konsep dan mengabaikan data yang tidak berkaitan. Data yang telah terpilih dikelompokkan secara terstruktur agar memudahkan proses analisis, sementara keabsahan temuan diperkuat melalui dokumentasi dan observasi sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan personal branding Xaviera Putri sebagai influencer edukasi secara utuh dan mendalam.

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 berfokus pada penyajian konten yang bersifat reflektif dan aplikatif, khususnya terkait strategi belajar, pengelolaan waktu, serta pengembangan life skills, di mana setiap unggahan terlihat dirancang secara matang dan konsisten sehingga mencerminkan pemahaman terhadap metode belajar yang terstruktur, realistis, dan mudah diterapkan.




Gambar 3. Postingan Instagram Xaviera Putri


 **archive.umsida.ac.id**
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

6 | Page

Copyright
© Author.

 **KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf** | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati
Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

 **template+joincs+NEW.docx** | template+joincs+NEW
Comes from my group

terms.



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. Materi disampaikan secara bertahap dan tidak terburu-buru, berangkat dari pemahaman paling dasar lalu berkembang ke contoh konkret serta latihan sederhana, sehingga alurnya terasa logis dan mudah diikuti. Cara penyampaian yang naratif dan kontekstual membuat audiens seolah diajak berpikir bersama, memahami prosesnya sedikit demi sedikit tanpa kesan menggurui. Gaya bertutur yang terasa seperti sedang berbagi pengalaman ini membuat materi teknis yang cenderung rumit menjadi lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari dan mudah dicerna oleh berbagai kalangan. Di luar konten pembelajaran, Xaviera kerap menyelipkan cuplikan keseharian akademik sebagai mahasiswa Computer Science, mulai dari rutinitas belajar hingga persiapan menghadapi ujian akhir di KAIST, yang secara tidak langsung memperlihatkan realitas kehidupan kampus sekaligus membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya.

terms.

Spesialisasi tersebut memperlihatkan bahwa penguasaan teknis dalam pengelolaan media sosial tidak hadir secara instan, melainkan tumbuh dari perjalanan akademik yang serius dan konsisten. Xaviera secara terbuka membagikan proses memahami materi yang tergolong kompleks, mulai dari cara mengatur waktu belajar, menjaga fisik dan mental, hingga memahami konsep kecerdasan buatan (AI) yang menuntut kemampuan analisis tinggi. Melalui penyampaian yang jujur dan berangkat dari 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 tercermin dari konsistensinya mengangkat isu pendidikan di media sosial dengan cara yang dekat dan relevan. Kehadirannya tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menghadirkan ruang dialog melalui respons, diskusi, serta pertukaran pandangan yang berlangsung secara alami. Pola komunikasi dua arah ini menumbuhkan rasa kedekatan dengan para pengikut sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap kapasitas dan wawasannya di bidang pendidikan, sehingga kepemimpinan yang ditunjukkan terasa partisipatif karena audiens diajak terlibat 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 personal branding Xaviera ditampilkan sebagai figur pemimpin muda yang visioner, empatik, dan berorientasi pada tindakan nyata. Melalui inisiatif "beasiswa Xaviera" ini, tidak hanya menunjukkan kepedulian terhadap isu ketimpangan akses pendidikan, tetapi juga menghadirkan solusi konkret yang berdampak sosial. Dimensi kepemimpinan yang berorientasi pada tindakan terlihat secara jelas melalui perancangan program yang dilakukan, mulai dari penentuan sasaran penerima pada jenjang SD hingga perguruan tinggi sampai pada penyusunan bentuk bantuan pendidikan yang jelas dan terarah, menunjukkan alur pemikiran yang matang dalam membangun visi, menetapkan tujuan, serta mengelola sumber daya secara bertanggung jawab. Cara kerja yang inklusif dan komunikatif membuat upaya tersebut tidak berhenti pada pencapaian pribadi semata, melainkan berkembang menjadi dorongan perubahan sosial yang nyata, sehingga membentuk citra kepemimpinan

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or

reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this

journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these

terms.

yang tumbuh dari empati, nilai moral, dan komitmen jangka panjang terhadap dampak yang benar-benar dirasakan oleh generasi muda.

Kepribadian

Personal branding Xaviera pada aspek kepribadian terlihat dari kebiasaan membagikan konten secara teratur dengan alur penyampaian yang tertata, konsisten, dan terasa ringan saat dibaca, sehingga membangun ciri komunikasi yang khas dan mudah dikenali dibandingkan influencer edukasi lainnya. Melalui unggahan di Instagram, pencapaian akademik tidak hanya ditampilkan sebagai hasil akhir, melainkan disampaikan bersama cerita dan penjelasan yang dekat dengan pengalaman sehari-hari audiens, membuat informasi terasa lebih hidup, relevan, mengalir secara alami, serta memberi makna yang lebih dalam bagi para pengikutnya.

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. Penyampaian materi akademik yang dilakukan Xaviera tampak dikemas melalui alur narasi yang menyatu dengan pengalaman hidup dan realitas sehari-hari audiens, sehingga proses belajar tidak terasa formal dan kaku, melainkan hadir sebagai ruang dialog yang hidup dan bermakna. Gaya bahasanya yang santai, jujur, dan alami membuat sosok yang ditampilkan terasa dekat, karena yang dibagikan bukan hanya hasil atau pencapaian, tetapi juga perjalanan panjang, proses belajar, kegagalan, dan tantangan yang dilalui secara terbuka. Dari respons audiens terlihat bahwa kedekatan emosional tumbuh secara perlahan dan organik, hingga membentuk citra Xaviera sebagai figur edukatif yang membumi, relevan dengan realitas generasi muda, serta mampu menginspirasi melalui pengetahuan yang

disampaikan dengan ketulusan dan kepekaan.

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,

 **archive.umsida.ac.id**
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>
Page | 9

Copyright ©
Author.

 **KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf** | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati
Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these

 **template+joincs+NEW.docx** | template+joincs+NEW
Comes from my group
terms.

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 yang memperlihatkan aktivitas akademik serta keterlibatan dalam lingkungan pendidikan internasional secara bertahap membentuk kesan sebagai sosok pembelajar yang terbuka, berwawasan luas, dan mampu memahami perbedaan budaya, kesan ini tumbuh dari cara bercerita yang jujur dan reflektif, terasa apa adanya tanpa kesan dipoles, sehingga keberanian mencoba hal baru, ketekunan menjalani proses belajar, dan kemampuan menghadapi tantangan muncul secara alami, seluruh pengalaman yang dibagikan pun menyatu dalam alur cerita yang mengalir, membangun karakter yang kuat, dekat, dan terasa personal bagi pembaca.


Gambar 13. Postingan TikTok Xaviera Putri

Di TikTok, personal branding yang dibangun tampak berbeda karena berani menonjolkan capaian akademik di bidang STEM dengan sudut pandang global yang masih jarang diangkat oleh remaja seusianya, salah satunya melalui cerita tentang pengalaman meraih beasiswa penuh di sekolah menengah sains di Korea Selatan sejak usia 15 tahun. Konten yang ditampilkan tidak sekadar menyoroti hasil atau pencapaian, tetapi disusun sebagai alur cerita yang merekam proses perjalanan, pembelajaran, dan perubahan cara berpikir dari waktu ke waktu. Melalui rangkaian narasi


 **archive.umsida.ac.id**
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

10 | Page

Copyright © Author.

 **KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf** | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati
Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

 **template+joincs+NEW.docx** | template+joincs+NEW
Comes from my group

terms.

tersebut, terlihat bagaimana kemandirian terbentuk, sudut pandang semakin luas, dan pola pikir berkembang menjadi lebih matang serta berorientasi ke masa depan, sehingga figur muda yang dihadirkan terasa nyata, dinamis, dan terus bertumbuh, bukan hanya dilihat dari titik akhir keberhasilan semata. Konsistensi dalam membagikan pengalaman belajar lintas negara semakin memperkuat kesan tersebut, terlebih ketika topik sains dan teknologi yang kerap dianggap berat justru disampaikan dengan bahasa yang santai, ringan, dan dekat dengan realitas keseharian anak muda. Cara penyampaian seperti ini membuat isu akademik terasa lebih membumi dan relevan, mengubah STEM dari sesuatu yang kaku dan membosankan menjadi bagian dari gaya hidup yang inspiratif, membuka wawasan, serta menghadirkan gambaran nyata tentang peluang pendidikan di tingkat global.

Keterlihatan

Keterlihatan personal branding Xaviera terbentuk secara bertahap melalui kebiasaan membagikan konten yang

dilakukan secara rutin dan mendapatkan tanggapan aktif dari pengikut di media sosial. Konten yang dihadirkan tidak sekadar menampilkan aktivitas akademik, tetapi juga memperlihatkan proses belajar, pengalaman personal, serta berbagai pencapaian yang berkaitan dengan pendidikan dan teknologi, sehingga citra diri yang muncul terasa wajar dan apa adanya. Pola unggahan yang konsisten membuat sosok Xaviera semakin mudah dikenali karena kemunculannya terus hadir di linimasa audiens, menjaga keberadaan dirinya di ruang digital tetap hidup, relevan, dan berkesinambungan.

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 interaksi yang terlihat dari banyaknya tanda suka dan komentar di setiap unggahan menunjukkan bahwa konten yang dibagikan dinilai relevan serta mampu menarik perhatian publik, sehingga memunculkan respons positif yang secara bertahap membangun citra profesional, disiplin, dan berorientasi pada prestasi. Melalui Instagram, personal branding tidak sekadar menjadi arsip aktivitas pribadi, melainkan berkembang sebagai sarana strategis untuk membentuk reputasi akademik yang kredibel sekaligus memperluas jangkauan audiens yang lebih luas, termasuk di tingkat internasional.

Gambar 15. Postingan TikTok Xaviera Putri

Personal branding di TikTok tampak dari cara konten edukasi disajikan secara ringan dan dekat dengan audiens, mulai dari berbagai tips belajar, cerita pengalaman menempuh pendidikan di luar negeri, hingga pesan-pesan motivasi



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

Page | 11

Copyright © Author.



KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati

Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these



template+joincs+NEW.docx | template+joincs+NEW

Comes from my group

terms.

yang berkaitan dengan dunia akademik dan bidang STEM. Konsistensi dalam mengangkat topik-topik tersebut menunjukkan adanya kesadaran untuk membangun konten yang bukan hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga mampu memberi semangat, rasa relevansi, serta inspirasi bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan pendidikan. Pesan disampaikan dengan bahasa yang dekat dengan keseharian, sehingga terasa alami dan tidak berjarak

bagi penonton. Ciri visual yang konsisten, seperti pencahayaan yang rapi, perpaduan warna yang selaras, ekspresi yang ramah, serta penggunaan teks pendukung yang jelas, membuat setiap unggahan mudah dikenali dan membentuk kesan yang utuh serta melekat. Tingginya jumlah penayangan hingga mencapai jutaan memperlihatkan jangkauan yang luas sekaligus menunjukkan efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan. Melalui pendekatan tersebut, TikTok mampu dimanfaatkan sebagai sarana yang memperkuat citra edukatif sekaligus menumbuhkan kedekatan emosional dengan audiens secara berkesinambungan.

Kesatuan

Kesatuan dalam personal branding akan terasa kuat ketika apa yang ditampilkan ke publik benar-benar sejalan dengan sikap, pilihan, dan kebiasaan yang dijalani dalam kehidupan sehari-hari, sehingga citra yang terbentuk tidak berhenti pada tampilan luar, tetapi hadir dalam tindakan nyata. Hal ini dapat dilihat dari keterkaitan antara konten edukatif yang dibagikan, latar belakang pengalaman akademik, serta sudut pandang yang konsisten muncul dalam berbagai unggahan media sosial. Alur komunikasi yang terbangun secara berkelanjutan tersebut menumbuhkan kesan yang lebih alami dan meyakinkan, karena citra diri berkembang dari nilai, kebiasaan, dan prinsip yang dijalani dalam berbagai situasi, bukan hasil rekayasa visual atau strategi pencitraan semata.

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.

Konten yang membahas inovasi pendidikan di Korea Selatan, termasuk praktik computational thinking yang berkembang di lingkungan KAIST, membangun kesan intelektual yang muncul secara

terms.

alami. Penyajiannya tidak berhenti pada pemaparan konsep, tetapi memperlihatkan proses berpikir yang runtut dalam membaca persoalan yang kompleks, kemudian menariknya ke dalam konteks dan kebutuhan yang lebih dekat dengan realitas sekitar. Alur tema yang saling terhubung, dipadukan dengan visual yang tertata dan narasi yang terasa personal serta reflektif, menjadikan Instagram bukan sekadar media berbagi informasi, melainkan ruang yang secara perlahan membentuk dan menguatkan citra akademik yang konsisten serta terus bertumbuh.

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 membangun personal branding terlihat dari kesadaran seseorang untuk terus memegang nilai dan jati diri yang diyakini sejak awal, lalu menampilkannya secara selaras dalam setiap ruang komunikasi publik. Hal tersebut tidak hanya tercermin dari rutinitas kehadiran di media sosial, melainkan juga dari cara menjaga ciri khas dan prinsip yang melekat, meskipun berada di tengah arus tren yang silih berganti, tuntutan audiens yang beragam, serta perubahan dinamika di dunia digital yang berjalan begitu cepat.

Gambar 19. Postingan Instagram Xaviera Putri

Melalui Instagram, personal branding yang ditampilkan terasa kuat dalam menegaskan komitmen terhadap nilai pendidikan dan proses jangka panjang yang dijalani dengan penuh kesadaran. Unggahan tentang buku perdana Kimchi

Copyright © Author.

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these

terms.

Confessions tidak hanya menunjukkan sebuah pencapaian, tetapi juga merefleksikan perjalanan panjang yang dimulai dari kebiasaan belajar, pembentukan pola pikir, hingga usaha konsisten dalam meraih kesempatan pendidikan dan beasiswa penuh di Korea Selatan. Di tengah dominasi konten media sosial yang serba cepat dan instan, memilih menghadirkan karya dalam bentuk buku justru memperlihatkan keteguhan dalam menjaga arah dan jati diri. Citra yang terbentuk tidak muncul dari tren sesaat, melainkan tumbuh dari komitmen berkelanjutan terhadap pendidikan, sehingga personal branding yang muncul terasa lebih otentik, stabil, dan tetap relevan meskipun dinamika serta ekspektasi audiens di ruang digital terus berubah.

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.

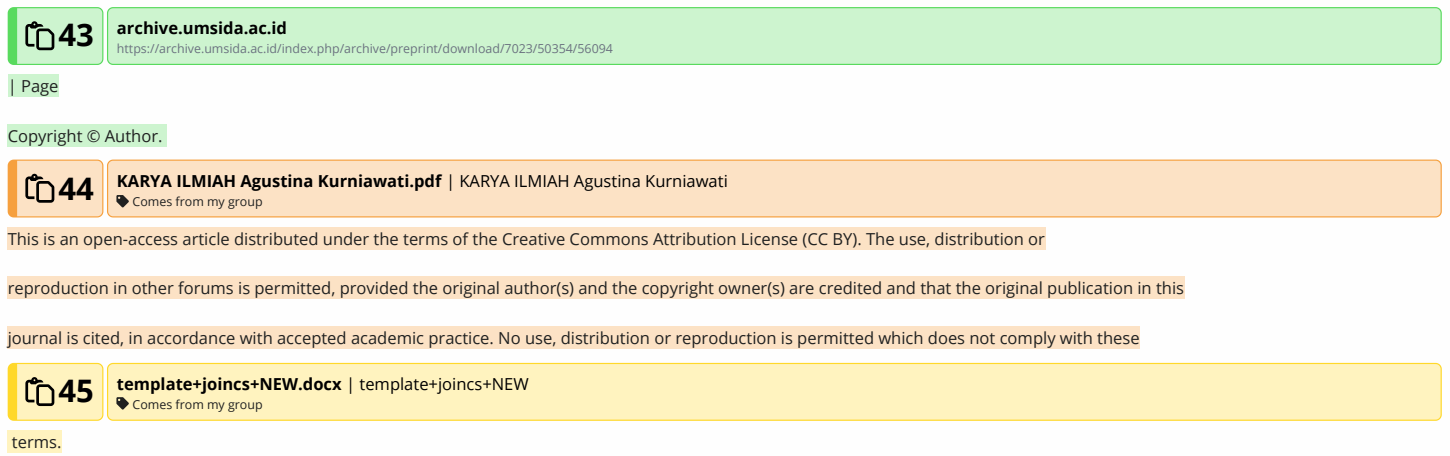
Nama Baik

Aspek nama baik dalam personal branding Xaviera Putri tampak dari apresiasi positif yang terus muncul baik di media maupun dari masyarakat, sehingga membentuk citra dirinya sebagai sosok yang inspiratif di ranah pendidikan. Citra tersebut terbentuk secara perlahan seiring konsistensi dalam menyajikan konten edukatif yang dekat dengan kebutuhan audiens, disampaikan dengan cara yang bertanggung jawab serta memberikan manfaat yang jelas. Pola penyampaian seperti ini membuat audiens merasa terhubung, sehingga rasa percaya muncul dengan sendirinya dan pada akhirnya membangun pandangan positif yang terus berlanjut.

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. Ungkapan terima kasih yang disampaikan kepada penonton mencerminkan cara berkomunikasi yang sopan sekaligus

14



The image shows three social media sharing options for documents. Each option consists of a document icon, a number, a title, and a source link. The first option is for 'archive.umsida.ac.id' with a link to a preprint. The second is for a PDF titled 'KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf' by Agustina Kurniawati. The third is for a Word document titled 'template+joincs+NEW.docx'.

43 archive.umsida.ac.id
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7023/50354/56094>

Page

Copyright © Author.

44 KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati
Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

45 template+joincs+NEW.docx | template+joincs+NEW
Comes from my group

terms.



menunjukkan adanya penghargaan terhadap audiens yang memberi dukungan. Dari rangkaian konten tersebut tampak

ak

sikap profesional, rasa tanggung jawab, serta kemampuan menyesuaikan diri di lingkungan lintas budaya, termasuk upaya memperkenalkan identitas Indonesia kepada khalayak yang lebih luas tanpa kesan pamer. Pengalaman internasional yang dibagikan disampaikan dengan cara yang sederhana dan tidak berlebihan, sehingga membentuk citra diri yang rendah hati, terbuka, dan terasa dekat dengan berbagai lapisan audiens. Sikap konsisten dalam menjaga etika di ruang publik, disertai pilihan untuk tidak terlibat dalam konten yang bersifat kontroversial, secara alami menumbuhkan penilaian positif dari publik, khususnya dalam melihat kecerdasan, komitmen, dan integritas pribadi, sehingga reputasi yang terbentuk tidak hanya bertumpu pada capaian semata, tetapi lebih pada kesinambungan sikap, karakter, dan cara berkomunikasi yang dewasa serta berimbang.

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 dapat dipandang sebagai keberanian untuk keluar dari zona nyaman dan mencoba pengalaman baru, yang lahir dari rasa ingin tahu, semangat belajar, serta kesiapan menghadapi tantangan akademik yang lebih luas. Kepercayaan untuk mewakili universitas menjadi cerminan bahwa proses panjang, ketekunan, dan konsistensi yang selama ini dijalani perlahan membangun keyakinan dari pihak institusi. Narasi yang disampaikan tidak hanya menonjolkan hasil akhir, tetapi menekankan perjalanan belajar, pengalaman yang dilalui, serta keinginan untuk terus berkembang bersama lingkungan akademik, sehingga nilai kebersamaan dan kolaborasi terasa hadir secara alami. Jejak digital yang

Page | 15

Copyright © Author.



KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati.pdf | KARYA ILMIAH Agustina Kurniawati
Comes from my group

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these



template+joincs+NEW.docx | template+joincs+NEW
Comes from my group

terms.

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.

IV. 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 kajian 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.

Dengan demikian, penelitian serupa disarankan untuk menghadirkan subjek pembanding, memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, serta menggali pandangan audiens secara langsung agar pemahaman mengenai efektivitas personal branding influencer di bidang pendidikan dapat diperoleh secara lebih utuh dan mendalam pada berbagai platform media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan rasa 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 dengan baik. Selain itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kelancaran proses penelitian. 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. Arafah 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



doi.org | THE USE OF SOCIAL MEDIA FOR PERSONAL BRANDING PURPOSE
<https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2024.20.1.8349>

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-](https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada)

indonesia-sebanyak-167-juta-pada-



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

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.

[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.v7

i2.13678.

[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.

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



repository.uin-suska.ac.id | PEMANFAATAN INSTAGRAM @warunkduadua SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN

http://repository.uin-suska.ac.id/65740/1/%5BGabungkan%5Dsridevi-WP5%20Office_20230126_135047.pdf

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.