

Analisis Personal Branding Content Creator Pada Akun Instagram @vinamuliana

Oleh:

Anandita Putri Novianti,

Dosen Pembimbing:

Didik Hariyanto

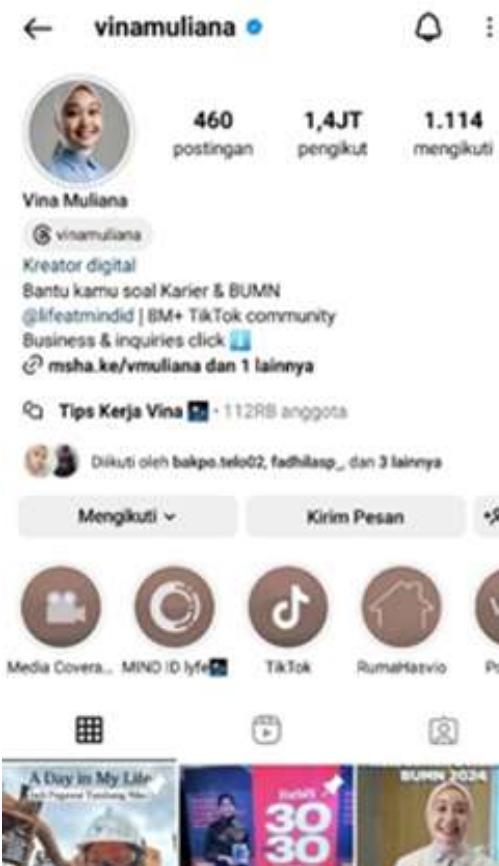
Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2024



Pendahuluan



- Kemajuan teknologi memudahkan akses media sosial melalui komputer dan smartphone, memungkinkan komunikasi yang efektif, salah satunya adalah Instagram.
- Instagram berperan sebagai media komunikasi yang informatif dan menarik, dengan content creator sebagai profesi populer yang menghasilkan berbagai bentuk konten digital.
- Content creator adalah profesi yang bertugas untuk menghasilkan konten dalam berbagai bentuk, termasuk tulisan, gambar, suara, video, atau kombinasi dari beberapa elemen tersebut, dan membagikan konten digital di berbagai platform media sosial.
- Vina Muliana adalah salah satu content creator yang sukses di Instagram dengan 1,4 juta pengikut. Dia sering berbagi tips tentang karier melalui unggahan kontennya.
- Saat ini, Instagram digunakan sebagai platform untuk melakukan personal branding, oleh para content creator termasuk Vina Muliana
- Personal branding adalah strategi membangun citra diri di mata publik melalui platform digital.

Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis personal branding yang dilakukan oleh seorang content creator bernama Vina Muliana melalui media sosial Instagram yang berdasarkan 8 konsep utama pembentukan personal branding (*The eight laws of personal branding*) menurut teori Montoya.



Metode

- **Metode penelitian** yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan menggali pemahaman mendalam tentang fenomena personal branding yang dialami oleh partisipan penelitian.
- **Subjek:** Analisis Personal Branding Content Creator
- **Objek:** Akun Instagram @vinamuliana, terutama foto dan video yang dipublikasikan.
- **Pengumpulan data** dilakukan dengan cara :
 - Observasi : Pengamatan langsung terhadap konten, foto dan video di akun Instagram @vinamuliana
 - Wawancara : Dilakukan secara mendalam dengan beberapa pengikut (followers) dari akun Instagram @vinamuliana, untuk mendapatkan pandangan mereka tentang personal branding Vina Muliana.
- **Analisis data** dilakukan dengan mengkategorikan berdasarkan kerangka teoritis 8 konsep utama pembentukan personal branding yang diajukan oleh Montoya.

Metode

Teori Montoya
(*The eight laws of personal branding*)

1. Spesialisasi (*The laws of specialization*)
2. Kepemimpinan (*The law of leadership*)
3. Kepribadian (*The law of personality*)
4. Perbedaan (*The law of distinctiveness*)
5. Kenampakan (The law of visibility)
6. Kesatuan (*The law of unity*)
7. Keteguhan (*The law of persistence*)
8. Maksud baik (*The law of goodwill*)



Hasil

Teori Montoya <i>(The eight laws of personal branding)</i>	Hasil Analisis
1. Spesialisasi (<i>The law of specialization</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Fokus pada konten edukasi seputar dunia kerja, seperti tips wawancara dan pembuatan CV.- Spesialisasi ini membentuk personal branding yang tepat dan efektif.
2. Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Konten menunjukkan Vina sebagai sosok yang bertanggung jawab dan memiliki kredibilitas.- Personal branding ini menunjukkan kualitas kepemimpinan yang kuat.
3. Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Vina Muliana dikenal energik dan rendah hati, tidak terjebak dalam perilaku "star syndrome."- Tanggapan positif dari pengikutnya memperkuat personal branding yang autentik.
4. Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Konten Vina unik dan berbeda dari content creator lainnya, fokus pada karier dan BUMN.- Personal branding Vina menonjol dan efektif karena keunikannya.



Hasil

Teori Montoya <i>(The eight laws of personal branding)</i>	Hasil Analisis
5. Kenampakan (<i>The Law of Visibility</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Vina konsisten mempublikasikan dirinya di Instagram dengan busana yang casual namun elegan.- Konsistensi ini adalah strategi efektif dalam membangun personal branding yang dikenal luas.
6. Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Kehidupan nyata Vina selaras dengan personal branding yang dibangun di Instagram.- Video konten menunjukkan penampilan rapi dan public speaking yang bagus.
7. Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Vina telah membangun karir sebagai influencer dan content creator selama 3 tahun.- Konsistensi dan keteguhan dalam personal branding membuatnya berhasil mempertahankan citra diri.
8. Maksud Baik (<i>The Law of Goodwill</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Konten Vina membantu penonton mencari pekerjaan dan menunjukkan etika yang baik.- Pengaruh positif dari kontennya memperkuat personal branding yang dipersepsikan secara positif.



Pembahasan

- Personal branding Vina Muliana di akun Instagram @vinamuliana, berhasil membangun citra yang sangat terstruktur dan terfokus.
- Konsep-konsep pembentukan personal branding menurut Montoya seperti spesialisasi, kepemimpinan, dan kepercayaan diri dalam kehidupan sehari-hari Vina, tercermin dengan jelas dalam konten-konten edukatifnya tentang dunia kerja.
- Vina Muliana juga berhasil membedakan dirinya dengan konten yang unik tentang karier dan BUMN, serta strategi konsistensi dan visibilitas yang membantu memperluas jangkauan personal branding-nya.
- Dengan menjaga kesatuan antara prinsip dan perilaku dalam kehidupan nyata dan digital, serta menunjukkan keteguhan dan maksud baik melalui kontennya, Vina Muliana telah berhasil membangun citra yang kuat dan berpengaruh sebagai seorang influencer dan content creator di bidang edukasi karier.



Kesimpulan

- Proses pembentukan personal branding yang kuat tidaklah mudah. Oleh karena itu, harus didasarkan pada realitas kehidupan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang positif.
- Personal branding Vina Muliana yang dibentuk melalui akun Instagram-nya memenuhi semua dari 8 konsep utama pembentukan personal branding (*The eight laws of personal branding*) menurut teori Montoya.



