



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

17%

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Azizah Aghniya Zain
 Assignment title: JURNAL
 Submission title: Penggunaan Instagram Pada Generasi Z Sebagai Media Ko...
 File name: jurnal_ilkom_jimik_azizah_aghniya_zain_2019..docx
 File size: 822.58K
 Page count: 15
 Word count: 6,198
 Character count: 39,661
 Submission date: 09-Oct-2023 02:01 P.M. (UTC+0700)
 Submission ID: 2190115143

SIMILARITY INDEX



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR
NIP. 198104172005012001

Penggunaan Instagram Pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun *Personal Branding* Ilustrator @Indahoeci

Azizah Aghniya Zain¹, Kadek Dristiana Dwiayanti²
¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman
Email: azizahaghiya1@gmail.com¹, kadekdristiana@gmail.com²

Abstrak

Perkembangan zaman yang pesat melahirkan komunikasi yang berada di dunia digital dan terdapatnya berbagai macam aplikasi media sosial salah satunya adalah Instagram. Instagram menjadi tempat bagi para penggunanya untuk membagikan foto maupun video serta berbagai cerita maupun interaksi hingga dimanfaatkan para penggunanya untuk membangun *personal branding*. *Personal branding* menjadi ajang seorang individu untuk bisa membetuk identitas dirinya dengan memperhatikan kepribadian dan keahlian yang akhirnya membuat sebuah perepsi publik. *Personal branding* bisa dilakukan di Instagram, yang di mana para pengguna Instagram dikomunikasikan oleh Generasi Z. Berbagai macam profesi kini perlu yang namanya *personal branding* termasuk ilustrator. Indah Wijaya merupakan salah satu ilustrator di Indonesia dengan nama akun Instagram @Indahoeci. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram pada Generasi Z sebagai media komunikasi dalam membangun *personal branding* Ilustrator @Indahoeci. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *text and graphics*. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian peneliti menemukan bahwa Indah menggunakan Instagram untuk mendapatkan peloporan dan menunjukkan hasil kerjanya yang akan membuat khlayak kenal sehingga ingin menggunakan jasanya. Indah menerapkan konsep-konsep dari *personal branding* yang membuatnya berusaha untuk tetap konsisten dan menjaga nama baiknya. Indah menyadari konten yang diunggahnya di Instagram memberikan inspirasi kepada para pengikutnya, sehingga Indah selalu berusaha membuat konten yang berkualitas dan dapat diikuti dengan baik.

Kata kunci : Instagram, *Personal Branding*, Generasi Z, Ilustrator

Abstract

The rapid development of the times gives birth to communication in the digital world and the existence of various kinds of social media applications, one of which is Instagram. Instagram is a place for users to share photos and videos as well as share stories and interactions so that its users are used to build *personal branding*. *Personal branding* is a place for an individual to be able to shape his or her identity by showing personality and expertise which ultimately creates a public perception. *Personal branding* can be done on Instagram, where Instagram users are dominated by Generation Z. Various professions now need *personal branding*. Indah Wijaya is one of the illustrators in Indonesia with the Instagram account name @Indahoeci. This research aims to find out how the use of Instagram in Generation Z as a communication medium in building *personal branding* for illustrators @Indahoeci. In this study researcher used the theory of text and graphics. This research method uses descriptive qualitative methods and data collection techniques by conducting observations, interviews, and documentation. Based on the results of the study, the researcher found that Indah uses Instagram to promote her work and show her work that will make the audience recognize it they want to use her services. Indah applies the concepts of *personal branding* that make her try to remain consistent and maintain her good name. Indah realizes that the content she uploads on Instagram inspires her followers, so Indah always tries to create quality content that can be copied perfectly.

Keywords: Instagram, *Personal Branding*, Generation Z, Ilustrator