



Digital Receipt

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

24%

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author:	Rizky Meilinda	SIMILARITY INDEX
Assignment title:	JURNAL	
Submission title:	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENCIPT...	
File name:	Ejurnal_Rizky_Meilinda_2016.docx	Wakil Dekan Bidang Akademik
File size:	47.84K	
Page count:	11	
Word count:	3,391	
Character count:	22,338	
Submission date:	02-Aug-2023 08:38AM (UTC+0700)	Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A NIP.19631222 199002 1 001
Submission ID:	2140199919	

ejournal: S1 Ilmu Komunikasi, 2023, 11 (4): 49-59
ISSN: 2502-9961 (print), ISSN: 2502-997X (online) https://ejournal.ikom.fkip.unmul.ac.id/site/
© Copyright 2023

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM MENCIPTAKAN *PERSONAL BRANDING* PADA *BEAUTY VLOGGER MEYFANG*

Rizky Meilinda¹, Silviana Purwanti², Annisa Wahyuni Arsyad³

ABSTRAK

Personal branding di era digital saat ini menjadi hal yang unik dan penting untuk mendapatkan keuntungan bagi dirinya sendiri. Pemanfaatan media sosial instagram sebagai tempat untuk mengenalkan diri melalui konten yang diberikan secara positif tentunya akan diterima dengan baik oleh para Followers-nya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengetahui Meyfang sebagai Beauty Vlogger Membentuk Personal Branding di Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui eytode Miles dan Huberman dengan siklus mulai pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan.

Teori yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan teori pembentukan personal branding menurut Haroen, yaitu kepribadian, perbedaan, terlihat, nama baik, kesatuan dan keteguhan. Hasil penelitian menunjukan bahwa Instagram di manfaatkan Meyfang untuk mendukung proses kegiatan mem-branding personal membentuk citra diri, mampu menciptakan proses public, serta kelebihan yang dimiliki. Kesadaran akan keunikan dirinya dilihat dari konten yang dihasilkan dikemas sesuai dengan karakter yang menonjol agar dapat diterima baik oleh para penonton atau penikmat konten Meyfang. Faktor pendukung lainnya yaitu, jaringan internet dan fitur-fitur Instagram yang tersedia.

Kata kunci : *Instagram, beauty vlogger, personal branding*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. rizkymeilinda98@gmail.com

² Dosen Pembimbing dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman