

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN
@MISSPUDDINA DALAM MEMPROMOSIKAN PERSONAL
BRANDING**

**Miftahul Huda Maulana¹, Mellisa Florentina Daniel²
STIKOM Interstudi**

E-mail: miftahul.huda14045@gmail.com¹, rentydaniel@gmail.com²

Abstract

On Dina Vanessa Putri's YouTube account, which only got 700 subscribers compared to what was obtained before December 2022. One of the personal branding objectives carried out by Dina Vanessa Putri on Instagram social media is believed to be able to increase its existence and can attract the interest of an audience who has an interest in the games industry. The method used in this research is to use the descriptive analysis method by conducting semi-structured interviews that require 3 informants. Getting a data source requires 2 data sources, namely primary and secondary data. In testing the validity of the data using 2 triangulations, namely triangulation of sources and methods. Based on the results of the research that was conducted using in-depth interviews with key informants and supporting informants, it was concluded that the photo and video content uploaded by Dina Vanessa Putri succeeded in building her image as a streamer who also has a personal life. Dina Vanessa Putri specializes as a live streamer and has a slogan when doing personal branding, such as joining several e-sport teams to become a talent. There will always be new technological developments when using social media Instagram in building positive personal branding. Relationships with this must maintain interest in the audience's response to content that is created to always thrive on social media. In addition, those who want to build their personal branding must also align the perspectives of other common Instagram users not to commit fraud in message fraud or with the content they create.

Keywords — *Utilization Of Social Media, Social Media, Instagram, Personal Branding.*

Abstrak

Pada akun YouTube Dina Vanessa Putri pada bulan Desember tahun 2022 hingga Mei tahun 2023 terdapat sebuah penurunan pada jumlah subscriber pada akun YouTube milik Dina Vanessa Putri yang hanya mendapatkan subscriber sebanyak 700 dibanding yang didapatkan sebelum bulan Desember tahun 2022. Salah satu tujuan personal branding yang dilakukan oleh Dina Vanessa Putri pada media sosial Instagram diyakini untuk dapat meningkatkan eksistensinya dan dapat menarik minat para audiens yang memiliki ketertarikan pada industri games. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif analitis dengan melakukan wawancara semiterstruktur yang membutuhkan 3 informan. Untuk mendapatkan sumber data membutuhkan 2 sumber data yaitu data primer dan sekunder. Dalam uji keabsahan data menggunakan 2 triangulasi yaitu triangulasi sumber dan metode. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung, menyimpulkan bahwa konten foto maupun video yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri berhasil dalam membangun citranya sebagai streamer yang juga mempunyai kehidupan pribadi. Dina Vanessa Putri memiliki spesialisasi sebagai live streamer dan memiliki sebuah pencapaian pada saat melakukan personal branding seperti ikut bergabung dengan beberapa tim e-sport menjadi seorang talent. Akan selalu ada perkembangan teknologi yang baru ketika menggunakan media sosial Instagram dalam membangun personal branding yang positif. Sehubungan dengan ini, harus dipertahankan ketertarikan dengan tanggapan audience pada konten yang dibuat untuk selalu berkembang di media sosial. Selain itu, mereka yang ingin membangun

personal branding sendiri juga harus menyelaraskan perspektif umum pengguna Instagram lainnya untuk tidak terjadinya kesalahpahaman dalam penyampaian pesan maupun dengan konten yang dibuat.

Kata Kunci — Pemanfaatan Media Sosial, Media Sosial, Instagram, Personal Branding.

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah berkembang pesat dalam bidang penyebaran informasi dengan cara menembus ruang dan waktu. Media sosial dapat menunjukkan eksitesninya sebagai ruang publik yang berkontribusi pada dinamika penyebaran informasi yang cepat dan meluas, termasuk aspek sosial budaya dan politik. (Rachmawati & Ali, 2018)

Media sosial adalah media yang digunakan untuk mempublikasikan sebuah konten seperti profil pengguna, aktivitas atau bahkan ulasan, serta media yang menyediakan ruang untuk komunikasi dan interaksi dalam media sosial. Salah satu dari banyaknya media sosial yang diminati adalah media sosial Instagram, terutama pada era new media saat ini pasti sudah tidak asing lagi dengan Instagram. Bukan hanya anak muda yang banyak menggunakan media sosial Instagram, tetapi hampir seluruh golongan umur memiliki akun Instagram. (Nasrullah, 2018)

Berdasarkan data dari We Are Social pada tahun 2023, pengguna media sosial Instagram memiliki jumlah sebanyak 167 juta pengguna Instagram aktif di Indonesia. Ini setara dengan 60,4% dari populasi negara Indonesia. (Shilvina Widi, 2023)

Media sosial Instagram adalah tempat untuk berbagi foto dan video. Namun berdasarkan pada tahun 2022, terlihat pengguna media sosial Instagram di Indonesia memiliki pengguna aktif bulanan sebanyak 99,9 juta. Angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar Instagram terbesar di dunia yang saat ini dengan 1,4 miliar pengguna aktif di seluruh dunia, berdasarkan data internal per Oktober 2022. Pengguna di Indonesia masuk ke dalam 5 besar negara pengguna media sosial Instagram terbanyak di dunia. Diikuti oleh negara India, Amerika Serikat, Brasil, dan Turki. (Monavia Ayu Rizaty, 2022)

Instagram adalah sebuah media sosial yang biasa digunakan untuk berbagi foto dan video dengan pengguna lain atau pengikut (followers). Instagram juga bisa dijadikan sebagai salah satu sarana komunikasi yang paling efektif, terutama dalam pembentukan citra personal branding. Pengguna Instagram juga dapat mengambil foto, video, mengedit dengan efek yang ada dalam media sosial Instagram, dan mengunggah ke situs jejaring sosial Instagram. (Pratama et al., 2020)

Personal branding adalah proses strategi yang dilakukan secara sadar dalam mengendalikan bagaimana orang lain memandang personal diri dan secara strategi mengelola persepsi. Hal tersebut untuk membantu mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. (Afrilia, 2018)

Pemanfaatan media sosial Instagram untuk melakukan personal branding telah berkembang pesat hingga saat ini. Selain itu, di masa perkembangan teknologi saat ini peran media sosial, khususnya Instagram semakin memudahkan seseorang dalam meningkatkan eksistensinya dengan melakukan personal branding. Pada media sosial Instagram, pengguna tidak hanya dapat mengunggah foto atau video, tetapi juga dapat memperoleh penghasilan dengan cara membuat konten yang menarik. (Afrilia, 2018)

Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai tempat untuk mengekspresikan diri dalam melakukan personal branding. Hal tersebut juga dilakukan oleh salah satu seorang Influencer yang bernama Dina Vanessa Putri yang menjadikan Instagram sebagai tempat berekspresi di dunia maya dengan mengunggah konten dalam bentuk foto dan video dengan konsep sebagai konten kreator video games. Terlihat pada konten-konten yang

diunggah oleh Dina Vanessa Putri melalui akun Instagram cenderung mengunggah konten dalam bermain video games. (Rachmawati & Ali, 2018)

Dina Vanessa Putri, yang dikenal dengan username Instagram bernama @misspuddina atau biasa dikenal dengan nama Dina dapat diketahui dalam membranding dirinya sebagai influencer yang menjadi seorang konten kreator video game dan streamer game online. Dina sendiri merupakan seorang influencer non selebriti yang terbiasa menggunakan platform YouTube dan Twitch sebagai media livestream. Hal tersebut dilakukan sebagai alat dalam melakukan personal branding.

Berdasarkan dari wawancara penelitian, dapat diketahui Dina pernah bergabung bersama tim FF Gaming pada tahun 2018 sebagai profesional player PUBG Mobile. Dina juga dikenal sebagai talent dalam tim E-sport yaitu Red Bull Rebellion yang sekarang berubah nama menjadi Rebellion pada tahun 2020 dan juga pernah bergabung sebagai talent di Morph Team pada tahun 2021. Pada penelitian tersebut, Dina dapat diketahui dalam memainkan sebuah game online berfokus pada games FPS atau First Person Shooter seperti Counter-Strike: Global Offensive dan juga Valorant. Prestasi yang diperoleh oleh Dina dapat diketahui dalam bermain game Valorant masuk ke dalam peringkat 10.000 besar dalam papan peringkat se-Asia Selatan.

Lalu pada penelitian pada akun YouTube Dina Vanessa Putri, Dina mendapatkan pendapatan setiap tahunnya dari YouTube sebesar 1.830.445 rupiah sampai 30.007.300 rupiah melalui data dari socialblade.com (socialblade.com, 2023). Namun dapat diketahui pada bulan Desember tahun 2022 hingga Mei tahun 2023 terdapat sebuah penurunan pada jumlah subscriber pada akun YouTube milik Dina Vanessa Putri yang hanya mendapatkan subscriber sebanyak 700 dibanding yang didapatkan sebelum bulan Desember tahun 2022 sejumlah 5600 subscriber. Salah satu tujuan personal branding yang dilakukan oleh Dina Vanessa Putri pada media sosial Instagram diyakini untuk dapat meningkatkan eksistensinya dan dapat menarik minat para audiens yang memiliki ketertarikan pada dunia games.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dimana Bogdan dan Taylor di dalam buku *Memahami Penelitian Kualitatif* menjelaskan definisi tentang pendekatan kualitatif yang merupakan sebuah prosedur pada proses penelitian yang akan menghasilkan sebuah data deskriptif berupa sebuah uraian tulisan atau lisan dari beberapa objek yang diamati (L. J. Moleong, 2007). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana Dina Vanessa Putri menggunakan media sosial Instagramnya yaitu @misspuddina dalam membangun personal branding. Pendekatan kualitatif menekankan pada kajian pemahaman fenomena sosial yang berkaitan dengan masalah manusia (Noor, 2011).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang dimana di dalam buku Sukardi menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah sebuah metode penelitian yang berusaha untuk mengembangkan dan menafsirkan objek sesuai dengan realitanya. Di dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis bagaimana Dina Vanessa Putri membangun personal branding sebagai konten kreator video game melalui akun media sosial Instagram pribadinya @misspuddina. Penelitian yang dilakukan dengan studi deskriptif menyedikan dan menyajikan fenomena secara faktual, tepat dan sistematis tentang fakta dan karakteristik dari populasi tertentu (Usman & Akbar, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Personal branding pada akun @misspuddina

Untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang personal branding Dina Vanessa Putri, maka dilakukan wawancara mendalam dengan Dina Vanessa Putri sebagai informan kunci dan wawancara mendalam bersama 2 informan yang merupakan followers media sosial Instagram dari Dina Vanessa Putri.

1) Spesialisasi (The Law of Specialization)

Spesialisasi (The Law of Specialization) adalah Personal brand yang baik dicirikan oleh keakuratan pengkhususan yang hanya berfokus atas keterampilan, kemampuan, atau hasil tertentu (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Pada spesialisasi ini, Dina Vanessa Putri memiliki keterampilan yaitu dapat berinteraksi bersama audience-nya dengan tenang dan juga tetap fokus ketika bermain game yang dimana audience tersebut merupakan viewer pada livestreaming-nya. Hal tersebut diungkapkan oleh Dina kepada penulis saat melakukan wawancara sebagai berikut :

“Menurutku, keunikan yang aku punya di dunia streaming tuh aku orangnya kalem kalo lagi main game. Mau gimana pun keadaan di dalam game, misalnya kalo aku lagi kalah atau dibantai sekalipun, aku tetep kalem dan konsisten ketika bermain. Sifat aku yang kalem ini membantu aku biar ga rage quit sehingga mau gimanapun permainannya, aku bakal tetep mainin sebisaku.”

Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Dina pada saat bermain game dengan tenang, hal tersebut juga diungkapkan oleh Galih Rijal Hakami yang mengungkapkan bahwa Dina memiliki keunikan yang menjadikan sebuah ketertarikan kepada audience yang dimana dirinya dalam melakukan livestreaming game berbeda dengan streamer lainnya. Hal ini diungkapkan sebagai berikut :

“Keunikan dari misspuddina sendiri menurut saya memiliki ketertarikan yang berbeda dibanding gamer lainnya. Hal ini dikarenakan ketika saat streaming game, misspuddina mampu menarik para penontonnya dengan cara berinteraksi langsung melalui livestream sehingga penonton merasa dirangkul”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Galih Rijal Hakami, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina Vanessa Putri memiliki beberapa spesialisasi diantaranya yaitu keterampilannya ketika Dina dapat tetap fokus saat sedang bermain game dan juga tetap berinteraksi dengan penonton di -livestream-nya.

Lalu juga terdapat beberapa pencapaian yang didapatkan oleh Dina Vanessa Putri yang diantaranya pernah bergabung sebagai talent di beberapa tim e-sport seperti tim Rebellion Esports dan juga Morph Team pada tahun 2020-2021. Hal ini diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri sebagai berikut :

“Dulu aku pernah menjadi salah satu talent dari tim Rebellion waktu tahun 2020. Lalu setelah aku keluar dari tim Rebellion di tahun 2021, aku bergabung di Morph Tim sebagai talent”

Pada personal branding yang dilakukan oleh Dina Vanessa Putri pada saat ini mendapatkan hasil yaitu sebuah pencapaian yang dimana dirinya bukan hanya menjadi streamer game saja. Namun saat ini dirinya menjadi team support yang bantu memeriahkan acara turnamen pada salah satu game ternama. Hal ini diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri sebagai berikut :

“Kalau aku dulu tuh yang penting sering-sering aja ikut event-event game atau turnamen game yang lagi rame. Misalnya game yang lagi rame dan ada event tuh Valorant, ya aku sesering mungkin ikut-ikut event gitu sehingga aku ditunjuk buat memeriahkan atau ramein event mereka secara official. Terus aku juga ngepromosiin di IG

aku dengan cara post foto-foto aku yang lagi ikut event tersebut. Aku juga turut bantu pake baju tim-tim yang lagi bertanding di sana juga.”

Sejalan dengan apa yang diungkap kan oleh Dina Vanessa Putri, dimana Dina mampu untuk merangkul streamer game lainnya unuk melakukan konten di media sosial Instagramnya. Hal ini diungkapkan oleh Galih Rijal Hakami sebagai berikut :

“Kalaupun dilihat dari keterampilannya misspuddina mampu mengajak streamer streamer lain untuk berkolaborasi pada konten sosial media nya sehingga menurut saya akan meningkatkan eksistensinya di media sosialnya dibanding dengan mengunggah konten sendiri”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Galih Rijal Hakami, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina Vanessa Putri memiliki sebuah pencapaian pada saat melakukan personal branding seperti ikut bergabung dengan beberapa tim e-sport menjadi seorang talent dan juga menjadi seorang team support di beberapa turnamen resmi. Dan juga berdasarkan dari yang diungkapkan oleh Galih Rijal Hakami penulis juga memiliki kesimpulan bahwa ketertarikan dari spesialisasi yang dimiliki oleh Dina dalam melakukan kolaborasi dengan streamer lainnya pada konten media sosialnya menjadikan konten yang Dina buat lebih menarik untuk meningkatkan eksistensinya di media sosial Instagram-nya.

2) Kepemimpinan (The Law of Leadership)

Kepemimpinan (The Law of Leadership) adalah Personal brand pada kekuatan dan kualitas untuk menempatkan seorang individu sebagai pemimpin yang sempurna. (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Pada spesialisasi ini, Dina Vanessa Putri menginginkan jiwa kepemimpinan yang berani, mempunyai beberapa tujuan pada hidupnya, dan juga aksi yang nyata berupa prestasi untuk dijadikan sebagai buki bahwa dirinya bisa mendapatkan hal yang Dina inginkan. Hal tersebut diungkapkan oleh Dina kepada penulis saat melakukan wawancara sebagai berikut :

“Kalau aku tuh suka sosok pemimpin yang punya jiwa berani, konsisten dengan tujuan, dan yang selalu ngejadiin action sebagai bukti prestasi-prestasi mereka.”

Sejalan dengan apa yang diungkap kan oleh Dina Vanessa Putri, bahwa juga Dina mempunyai jiwa kepemimpinan yang berani. Hal ini terlihat pada konten Dina yang mengajak beberapa streamer lainnya untuk diajak berkolaborasi pada konten media sosial Instagramnya. Hal ini diungkapkan oleh Galih Rijal Hakami sebagai berikut.

“Kalau menurut saya iya, karena merangkul beberapa streamer untuk melakukan kolaborasi bersama membutuhkan tingkat kharisma yang tinggi sehingga terbukti bahwa misspuddina memiliki bakat kepemimpinan melalui kemauan streamer lain untuk berkolaborasi dengan misspuddina.”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Galih Rijal Hakami, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina Vanessa Putri menginginkan jiwa kepemimpinan yang mempunyai tujuan dalam hidupnya, dan juga berani dalam mengambil keputusan. Hal ini menurut pandangan Galih Rijal Hakami, Dina sudah mempunyai jiwa kepimpinan yang berani dan juga berkarismatik yang dimana dalam konten media sosial Instagramnya Dina mampu mengajak beberapa livestreamer untuk membuat konten bersama pada akun Instagramnya.

3) Kepribadian (The Law of Personality)

Kepribadian (The Law of Personality) merupakan Personal brand yang baik merupakan yang asli serta dibangun di atas karakter yang cacat. (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Pada spesialisasi ini, Dina Vanessa Putri mengatakan bahwa Dina mempunyai

karakter yang tenang, sabar dan juga tidak mengeluarkan bahasa yang kotor (toxic) ketika dirinya mendapatkan kekalahan dari permainannya. Hal ini yang membuat kepribadian dari spesialisasinya disenangi oleh audience dan juga pengikut di media sosialnya. Hal ini diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri sebagai berikut :

“Kalo aku tuh tipikal orang yang kalem dan ngga banyak bicara. Kalo diliat dari stream aku sendiri, aku juga ngga banyak ngomong pas aku lagi main game. Menurutku, aku juga orang yang sabar karena aku bisa tetep kalem walaupun di game aku lagi kalah.”

Sejalan dengan apa yang diungkap kan oleh Dina Vanessaa Putri. Selain dirinya mengatakan bahwa dirinya selalu tenang ketika kala dalam bermain game, Dina juga selalu tetap berinteraksi dengan baik kepada audience-nya. Hal ini diungkapkan oleh Galih Rijal Hakami sebagai berikut :

“Misspuddina memkliki kepribadian yang tenang, fokus, dan juga lucu. Tenang karena tidak seperti streamer lainnya, missspuddina tetap bersifat tenang walaupun kondisi di dalam game nya sedang tertekan. Fokus kaarena missspuddina mampu menembak dengan tepat walaupun sedang berinteraksi dengan viewers atau audiencenya. Lucu karena terkadang misspuddina memberikan gaya bicara yang lucu ketika sedang bermain game”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Galih Rijal Hakami, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina memiliki kepribadian yang tenang, fokus saat sedang melakukan livestreaming, dan juga memiliki kepribadian yang ceria. Hal ini dibuktikan ketika Dina sedang bermain game dan mendapatkan kekalahan tetapi Dina tetap berusaha tenang dan juga fokus terhadap permainannya maupun tetap terlihat ceria terhadap para audience nya pada saat Dina Vanessa Putri melakukan livestreaming.

4) Perbedaan (The Law of Distinctiveness)

Perbedaan (The Law of Distinctiveness) merupakan Personal brand yang efektif perlu dibedakan dari merek lain. (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Pada spesialisasi ini, Dina Vanessa Putri mengatakan bahwa Dina memiliki perbedaan dengan streamer lainnya yaitu menyeimbangkan konten media sosial seperti konten saat dia bermain game, maupun kehidupan aslinya yang Dina unggah untuk personal branding. Hal ini diungkapkan Oleh Dina Vanessa Putri sebagai berikut :

“Kalo menurutku, perbedaanku dengan influencer lain tuh aku ini influencer sekaligus streamer juga, jadi aku punya dua jenis audiens yaitu audiens streaming, dan audiens Instagramku. Yang dimana aku tuh aku bisa nyeimbangin waktuku sebagai streamer, talent, ataupun kehidupan nyata ku. Aku percaya kalo time management itu skill yang harus dipelajari sama semua orang biar kita engga nyia-nyiaain waktu yang kita punya, dan aku bersyukur karena aku sejauh ini bisa memanage waktuku dengan baik.”

Sejalan dengan apa yang diungkap kan oleh Dina Vanessa Putri. Ridho Dwi Nugroho juga menyatakan bahwa Dina berbeda dengan streamer lainnya yaitu memiliki kepribadian yang lebih terbuka dengan kehidupan aslinya dibanding hanya mengunggah konten tentang game saja. Hal ini diungkapkan oleh Ridho Dwi Nugroho sebagai berikut.

“Streamer yang cukup terbuka dengan kehidupan aslinya dibanding dengan streamer lainnya yang hanya berkutat di game aja.”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Ridho Dwi Nugroho, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina Vanessa Putri memiliki perbedaan dengan streamer game lainnya yaitu Dina tidak hanya mengunggah konten tentang game saja, tetapi Dina juga mengunggah dan cenderung lebih terbuka dengan kehidupan pribadinya di media sosial Instagram. Hal ini juga Dina memanfaatkan ilmu pengelolaan waktu yang baik untuk Dina Vanessa Putri melakukan personal branding.

5) Terlihat (The Law of Visibility)

Terlihat (The Law of Visibility) yaitu perlu mempromosikan diri sendiri serta

mengambil setiap kesempatan yang diberikan untuk membuat diri lebih terlihat. (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Pada spesialisasi ini, Dina Vanessa Putri mengatakan bahwa dirinya dalam melakukan personal branding memanfaatkan fitur Instagram story, tidak hanya mengunggah tentang kehidupan pribadi saja akan tetapi juga mengunggah tentang kesibukannya pada acara game yang dirinya ikuti. Hal tersebut diungkapkan kepada penulis saat melakukan wawancara sebagai berikut :

“Selain dengan mengunggah kehidupan-kehidupan personalku di story Instagram, aku juga kadang ngunggah foto aku kalo lagi ikut event-event game. Aku juga manfaatin fitur story di Instagram untuk ngepromosiin kalau aku lagi live.”

Dina melanjutkan, bahwa pada personal branding yang dilakukan oleh Dina Vanessa Putri dirinya menjelaskan personal branding dilakukan untuk dapat menggambarkan citra dihadapan audiens-nya dan personal branding tersebut dilakukan untuk dapat menarik minat orang lainnya untuk dapat melakukan kerja sama terhadap dirinya. Hal tersebut diungkapkan kepada penulis sebagai berikut :

“Menurutku, personal branding itu penting banget karena personal branding tuh gambaran atau image orang-orang terhadap kita. Dengan membangun personal branding yang bagus, aku percaya bahwa orang-orang bisa ngeliat aku sebagaimana aku memandang diri aku sendiri. Ini juga nggak menutup kemungkinan bagi orang-orang yang tertarik dengan untuk nawarin kerja sama denganku sehingga personal branding ini juga menjadi jalan untuk terbukanya berbagai peluang.”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina melakukan personal branding dengan memanfaatkan fitur Instagram Story tentang kehidupan pribadi dan juga kesibukan dalam acara turnamen resmi agar Dina lebih terlihat aktif oleh audience dan juga followers-nya. Dan juga proses personal branding yang dilakukan oleh Dina Vanessa Putri untuk membangun citranya mendapatkan peluang dalam bekerja sama dengan brand atau pihak yang membutuhkan Dina sebagai talent maupun pekerjaan yang sesuai dengan passion Dina Vanessa Putri.

6) Kesatuan (The Law of Unity)

Kesatuan (The Law of Unity) adalah Kehidupan pribadi dibalik personal brand harus sejalan dengan baik buruk tentang hak dan kewajiban dalam berakhlak serta sikap yang telah ditentukan oleh brand. (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Pada spesialisasi ini, Dina Vanessa Putri mengatakan bahwa Dina juga mengunggah konten tentang kehidupan pribadinya agar konten yang diunggah tidak terlihat bahwa dia hanya seorang streamer, talent, maupun games saja, tetapi mempunyai kesibukan sehari hari diluar dari pekerjaan yang biasa dia lakukan dalam melakukan personal branding. Hal ini diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri terhadap penulis sebagai berikut :

“Aku sih mau ngebangun citra sebagai streamer game dan talent. Aku kan sekarang streamer game di youtube, jadi ya konten yang sering aku unggah tuh ya konten streaming. Aku juga mau nunjukin ke penonton aku kalo aku orangnya punya kehidupan sehingga aku sering juga ngunggah kehidupan personal ku di story Instagram.”

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri. Galih Rijal Hakami juga menyatakan bahwa konten di media sosial Instagram-nya menggambarkan konten yang baik, menarik dan juga tidak melanggar dari kebijakan Instagram itu sendiri. Hal ini Galih Rijal Hakami mengatakan seagai berikut:

“Menurut pendapat saya, misspuddina menggambarkan kehidupan yang baik di Instagram, hal ini dikarenakan misspuddina mengunggah konten konten saat dia menjadi talent maupun streaming gamenya. Di sisi lain kehidupan pribadi yang diunggah oleh misspuddina tidak melanggar ketentuan dan syarat Instagram itu sendiri.”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Galih Rijal Hakami, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina melakukan personal branding dengan menggunggah kesibukannya diluar dari pekerjaan atau pun hobi dalam bermain game-nya. Hal ini karena agar para pengikutnya mengetahui tentang aktifitas kehidupan pribadinya diluar dari konten tentang stream maupun game yang Dina mainkan. Konten yang diunggah Dina juga terlihat menarik dan tidak melanggar dari ketentuan maupun syarat dari Instagram.

7) Keteguhan (The Law of Persistence)

Keteguhan (The Law of Persistence) adalah Personal brand tidak terjadi secara instan dan butuh waktu untuk berkembang. Dalam prosesnya, penting untuk selalu memperhatikan setiap tingkatan dan setiap kecenderungan yang terjadi. (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Seiring jalannya waktu dalam melakukan personal branding, Dina Vanessa Putri selalu memiliki tahapan pada karirnya yang dimana awalnya hanya menjadi talent namun saat ini telah menjadi livestreamer dan juga team support di event resmi turnamen. Hal tersebut diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri terhadap penulis sebagai berikut:

“Iyaa dong, hal ini dikarenakan pada awalnya aku hanya bekerja sebagai talent saja. Namun seiring berjalannya waktu aku mencoba untuk menjadi streamer dan juga sekaligus bisa bantu ramein di event turnamen resmi Valorant. Kalau dilihat dari perkembangan yang aku rasain sih ya yang pernah jadi talent di time e-sport ternama, aku ngerasa banyak yang nonton stream game aku dan itu sih akasan aku lebih tertarik jadi streamer buat sekarang.”

Sejalan dengan apa yang diungkap kan oleh Dina Vanessa Putri. Ridho Dwi Nugroho sebagai followers yang mengikuti Dina dari lamaa juga menyatakan bahwa proses perjalanan karir dari Dina Vanessa Putri cukup terlihat dari konten Instagram yang diunggah oleh Dina Vanessaaa Putri. Hal ini Ridho Dwi Nugroho mengatakan sebagai berikut:

“Cukup berkembang kalau diliat dari Instagramnya, mungkin kan dulu dia pernah join jadi talent di salah satu club e-sport, kalau untuk sekarang mungkin dia menjadi seorang streamer yang independent tanpa terikat tim manapun”

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Ridho Dwi Nugroho, penulis memiliki kesimpulan bahwa perkembangan pada personal branding yang telah dilakukan oleh Dina Vanessa Putri dibilang cukup berhasil dengan memperlihatkan konten media sosial Instagramnya dari awal berkarir hingga sekarang, sehingga para pengikut lama dari akun @misspuddina juga merasa mengikuti perjalanan karir yang telah Dina Vanessa Putri lakukan sejauh ini.

8) Nama baik (The Law of Goodwill)

Nama baik (The Law of Goodwill) ialah Personal brand mencapai hasil yang baik dan menetap lebih lama jika orang-orang di belakangnya dipersepsikan dengan citra positif. (Lelvansyah & Sadolnol, 2018).

Dina Vanessa Putri mengatakan bahwa pada nama baik yang Dina lakukan ketika melakukan personal branding tetap berhati-hati dalam menjaga nama baik nya agar tetap bagus dikalangan audience maupun followers. Hal ini disampaikan oleh Dina Vanessa Putri sebagai berikut:

“Menurutku tuh nama baik adalah sesuatu yang harus kita jaga sehingga personal branding kita tetep aman. Kalo nama baik kita bagus, otomatis brand kita juga akan bagus dan ada kemungkinan meningkat. Sebaliknya, kalo nama baik kita ngga bagus, maka image branding kita juga akan terancam.”

Sejalan dengan apa yang diungkap kan oleh Dina Vanessa Putri. Galih Rijal Hakami juga menyatakan bahwa Dina selalu menjaga nama baiknya ketika sedang melakukan livestream. Hal ini Galih Rijal Hakami menyatakan sebagai berikut:

"Menurut saya misspuddina mampu mempertahankan nama baik nya. Hal ini dikarenakan misspuddina tidak terlalu seriiing dalam berkata kasar saat melakukan streaming. Di sisi lain misspuddina juga tidak menyatakaan opini yang terlalu kontroversial saat sedang melakukan livestream."

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Galih Rijal Hakami, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina selalu berusaha dan juga berhati-hati dengan nama baiknya agar tetap terlihat baik di depan para audience maupun follower-nya. Hal ini dilakukan Dina saat melakukan livestream maupun konten yang Dina unggah di media sosial Instagram-nya.

Pemanfaatan fitur media sosial Instagram pada akun @misspuddina

1) Foto

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. (Atmoko, 2012)

Dina Vanessa Putri memanfaatkan fitur foto untuk membangun personal branding-nya dengan memperhatikan beberapa aspek diantaranya adalah harus mengetahui dahulu konten yang dibuat selaras dengan minat audience, hal ini Dina Vanessa Putri menyatakan sebagai berikut :

"Kalo menurutku, untuk personal branding di Instagram tuh ada dua hal yang harus diperhatiin. Pertama kita cari tau jenis audiens yang kita tujukan, dan kedua kita unggah foto-foto kegiatan kita yang sesuai dengan apa yang ingin dilihat sama audiens kita"

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri. Galih Rijal Hakami juga menyatakan bahwa konten foto di Instagram dari @misspuddina mampu memperlihatkan kehidupan dari Dina Vanessa Putri. Hal ini dinyatakan oleh Galih Rijal Hakami sebagai berikut :

"Walaupun konten foto yang diunggah oleh misspuddina terhitung sedikit, namun foto-foto tersebut mampu menggambarkan kehidupan misspuddina sehingga kita sebagai penonton dapat memuaskan rasa penasaran kita terhadap misspuddina. Mengetahui hal tersebut saya sangat menyukai foto-foto yang diunggah oleh misspuddina."

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri. Ridho Dwi Nugoroho juga menyatakan bahwa konten foto yang diunggah oleh @misspuddina tidak hanya tentang citranya sebagai streamer, tetapi yang Dina unggah melingkup dengan konten kehidupan pribadinya. Hal ini disampaikan oleh Ridho Dwi Nugroho sebagai berikut :

"Kalau konten foto yang diunggah dia tuh beragam kaya konten tentang kerjaan dia, foto sama teman-teman nya, maupun tentang kehidupan pribadinya"



Gambar 2. Foto yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri
(Sumber : Akun Instagram @misspuddina)

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri, Galih Rijal Hakami dan juga Ridho Dwi Nugroho, penulis memiliki kesimpulan bahwa konten foto yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri berhasil dalam membangun citranya sebagai streamer yang juga mempunyai kehidupan pribadi. Hal ini dibuktikan dari kedua informan yang juga menjadi followers dari Dina Vanessa Putri cukup menyukai konten foto seperti citranya sebagai streamer dan juga kehidupan pribadi yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri.

2) Video

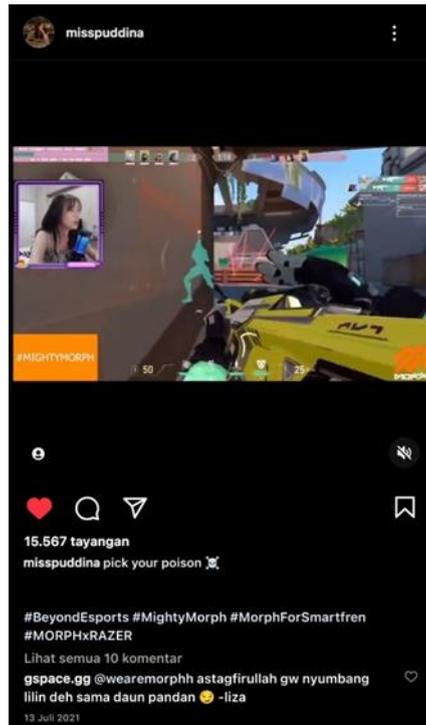
Video memiliki fungsi sama dengan foto pada Instagram yaitu sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi video-video kepada pengguna lainnya. (Atmoko, 2012)

Dina Vanessa Putri memanfaatkan fitur video di media sosial Instagram untuk membangun citranya dengan mengunggah clip bermain game saat Dina sedang melakukan streaming. Hal ini dinyatakan Dina Vanesa Putri sebagai berikut :

“Hampir sama mungkin ya cara aku personal branding konten video aku di media sosial Instagram. Mungkin kalau untuk video aku lebih ke arah klip game aja sih paling”

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri. Ridho Dwi Nugroho juga menyatakan bahwa konten video pada akun @misspuddina merupakan beberapa clip saat Dina melakukan livestreaming. Hal ini diungkapkan oleh Ridho Dwi Nugroho sebagai berikut :

“Kalau untuk video yang diunggah di feednya berupa klip saat dia streaming atau bermain game dimana dalam klip tersebut terdapat momen momen menarik yang bisa dilihat.”



Gambar 3. Video yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri
(Sumber : Akun Instagram @Misspuddina)

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri, dan juga Ridho Dwi Nugroho, penulis memiliki kesimpulan bahwa konten video yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri berhasil dalam membangun citranya sebagai streamer game dan juga konten video yang dibuat menarik untuk dilihat oleh para audience-nya yang menyukai cara bermain dari Dina Vanessa Putri.

3) Tanda Suka (Like)

Instagram menyediakan fitur suka (like) yang dapat diakses para pengguna Instagram untuk menyukai foto yang diupload. Tanda suka (like) menjelaskan bahwa foto dan video yang telah diupload oleh pengguna telah disukai oleh pengguna lainnya. (Atmoko, 2012)

Dina Vanessa Putri menyatakan bahwa mendapatkan jumlah like yang banyak untuk menarik ketertarikan dari para audience-nya ketika Dina mengunggah konten tentang kemenangan sebuah tim esport. Hal ini diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri sebagai berikut :

“Kalo diliat dari postingan aku yang paling terbaru, jumlah likenya ga sebanyak sama post aku yang sebelumnya. Tapi ini wajar sih, karena postingan terbaru tuh cuma foto-fotoku bareng sama temen dan influencer lain aja, berbeda dengan foto aku sebelumnya yang nunjukin piala yang tentunya melambangkan kemenangan dari tim BOOM sehingga followers aku pasti akan ikut merayakan dengan ngelike fotoku megang piala bareng pro player itu”

Sejalan dengan apa yang diungkap kan oleh Dina Vanessa Putri. Ridho Dwi Nugroho juga menyatakan bahwa jumlah like dari beberapa unggahan dari akun Instagram @misspuddina sudah terbilang cukup memenuhi citra dari Dina Vanessa Putri sebagai streamer. Hal ini diungkapkan oleh Ridho Dwi Nugroho sebagai berikut :

“Menurut saya jumlah like yang didapatkan oleh misspuddina terbilang cukup sih apalagi kalau sudah menyentuh ribuan, pastinya kontennya banyak yang menarik juga bagi followernya atau pun orang yang melihat kontennya”



Gambar 4. Jumlah like yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri

Instagram mempunyai fitur tag, tag yang fungsinya untuk menandai teman maupun seseorang pada unggahan yang kita buat. (Suharso & Muntiah, 2020)

Dina Vanessa Putri menggunakan fitur tag pada Instagram dalam melakukan personal branding-nya untuk menandai beberapa streamer maupun professional Player Game di dalam setiap unggahan di akun Instagram-nya. Hal ini Dina Vanessa Putri mengatakan sebagai berikut :

“Kalo aku lagi ngunggah konten bersama dengan streamer atau tim pro player lain, maka aku juga akan ngetag mereka di Instagramku.”

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri. Galih Rijal Hakami juga menyatakan Dina memanfaatkan fitur tag untuk konten yang diunggah dari Dina berpotensi mendapatkan views maupun jumlah like-nya. Hal ini dinyatakan oleh Galih Rijal Hakami sebagai berikut :

“Menurut saya dalam fitur tag misspuddina mampu memanfaatkan tag dengan baik mengingat misspuddina sering mengtag streamer lainnya maupun pro player untuk meningkatkan jumlah views dan like-nya.”



Gambar 5. Pemanfaatan fitur tag yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri

(Sumber : Akun Instagram @misspuddina)

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Galih Rijal Hakimi, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina Vanessa Putri dalam membangun personal branding memanfaatkan fitur tag untuk menandai dari beberapa streamer dan juga professional player e-sport untuk meningkatkan eksistensinya dan juga berpotensi meningkatkan jumlah like dari postingan yang Dina Vanessa Putri unggah.

5) Multiple Images Post

Instagram hadir dengan fitur terbaru yaitu Multiple Images Post. Dengan fitur tersebut, pengguna dapat membuat satu postingan dengan memunculkan beberapa foto secara bersamaan. (Suharso & Muntiah, 2020)

Dina Vanessa Putri memanfaatkan fitur multiple image post untuk meringkas semua foto dari kegiatan Dina dalam satu konten agar tidak terlihat mengganggu dari setiap konten di akun Instagram @misspuddina, hal ini dinyatakan Dina Vanessa Putri sebagai berikut:

“Iya, aku sering menggunakan fitur multiple images di Instagramku supaya kelihatan semua kegiatan aku aja sih paling dalam 1 post. Jadinya aku ga kelihatan spam juga harus upload foto satu persatu di Instagram ku”

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri. Ridho Dwi Nugroho juga menyatakan bahwa Dina memanfaatkan fitur multiple image post pada akun Instagram @misspuddina ketika sedang berada di event-event. Hal ini diungkapkan oleh Ridho Dwi Nugroho sebagai berikut :

“Menurut pendapat saya iya, walaupun multiple image foto yang dia upload berjumlah sedikit namun misspuddina selalu menggunakan fitur tersebut waktu berada di event event tertentu.”



Gambar 6. Pemanfaatan fitur multiple image post yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri

(Sumber : Akun Instagram @misspuddina)

Berdasarkan yang diungkapkan oleh Dina Vanessa Putri dan juga Ridho Dwi

Nugroho, penulis memiliki kesimpulan bahwa Dina Vanessa Putri memanfaatkan fitur multiple image post pada konten unggahannya untuk meringkas beberapa foto ketika Dina menjadi team support pada acara resmi turnamen maupun konten ketika Dina bersama streamer dan juga influencer lainnya agar konten yang Dina Vanessa Putri terlihat ringkas dan juga menarik untuk diunggah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung, menyimpulkan bahwa konten foto maupun video yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri berhasil dalam membangun citranya sebagai streamer yang juga mempunyai kehidupan pribadi. Hal ini dibuktikan dari kedua informan yang juga menjadi followers dari Dina Vanessa Putri cukup menyukai konten foto maupun video yang dibuat menarik untuk dilihat oleh para audience-nya dengan memperlihatkan cara bermain dari Dina Vanessa Putri seperti citranya sebagai streamer game maupun foto atau video tentang kehidupan pribadi yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri.

Pada konten foto maupun video yang diunggah melalui akun Instagram @misspuddina, informan pendukung mengungkapkan bahwa Dina Vanessa Putri berhasil dalam membangun personal branding yang dilihat dari jumlah like konten di akun Instagram @misspuddina terlihat mencukupi image Dina Vanessa Putri sebagai livestreamer. Hal ini merupakan strategi Dina Vanessa Putri untuk dapat meningkatkan jumlah like dengan cara memanfaatkan fitur tag untuk menandai dari beberapa streamer dan juga profesional player e-sport untuk meningkatkan eksistensinya serta dapat berpotensi meningkatkan jumlah like dari postingan yang diunggah oleh Dina Vanessa Putri dengan memanfaatkan fitur multiple image post pada unggahan foto.

Pada personal branding yang dilakukan oleh Dina Vanessa Putri melalui Instagram-nya sudah memenuhi delapan konsep utama pada personal branding, yaitu Spesialisasi (The Law of Specialization), Kepemimpinan (The Law of Leadership), Kepribadian (The Law of Personality), Perbedaan (The Law of Distinctiveness), Terlihat (The Law of Visibility), Kesatuan (The Law of Unity), Keteguhan (The Law of Persistence), Nama Baik (The Law of Goodwill).

Dina Vanessa Putri memiliki spesialisasi sebagai livestreamer dan memiliki sebuah pencapaian pada saat melakukan personal branding seperti ikut bergabung dengan beberapa tim e-sport menjadi seorang talent dan juga menjadi seorang team support di beberapa turnamen resmi. Menurut informan, Dina Vanessa Putri menginginkan jiwa kepemimpinan yang mempunyai tujuan dalam hidupnya, dan juga berani dalam mengambil keputusan. Hal ini juga dibuktikan Dina Vanessa Putri memiliki sifat kepemimpinan yang berani karena Dina mampu mengajak beberapa livestreamer untuk membuat konten bersama pada akun Instagram-nya. Dina Vanessa Putri memiliki kepribadian yang tenang, fokus saat sedang melakukan livestreaming, dan juga memiliki kepribadian yang ceria. Hal ini juga membedakan Dina Vanessa Putri dengan streamer lainnya yaitu Dina tidak hanya mengunggah konten tentang game saja di akun Instagram-nya, tetapi Dina juga mengunggah dan cenderung lebih terbuka dengan kehidupan pribadinya pada akun Instagram-nya. Dina Vanessa Putri melakukan personal branding dengan memanfaatkan beberapa fitur di Instagram dengan mengunggah konten kesibukannya diluar dari pekerjaan yang bertujuan untuk para followers-nya mengetahui tentang aktifitas kehidupan pribadi Dina Vanessa Putri diluar dari konten tentang stream atau pun hobi dalam bermain game-nya. Menurut informan pendukung bahwa perkembangan pada personal branding yang telah dilakukan oleh Dina Vanessa Putri

dibidang cukup berhasil dengan memperlihatkan konten media sosial Instagramnya dari awal berkarir hingga sekarang, sehingga para informan pendukung yang menjadi followers lama pada akun @misspuddina juga merasa mengikuti perjalanan karir yang telah Dina Vanessa Putri lakukan sejauh ini. Dalam hal ini Dina Vanessa Putri selalu berhati-hati dengan nama baiknya agar tetap terlihat baik di depan para audience maupun follower-nya ketika Dina Vanessa Putri melakukan livestream maupun konten yang Dina unggah di media sosial Instagram-nya.

Saran

i) Saran Akademis

Untuk penelitian selanjutnya mengenai personal branding, dapat dikatakan bahwa unsur dalam membangun citra diri di media sosial tidak lepas kaitannya dengan delapan konsep personal branding. Kajian mengenai personal branding perlu disempurnakan dari beberapa aspek yang masih ada di dalamnya. Studi mengenai personal branding diasumsikan dapat dilakukan dalam cakupan media sosial lainnya seperti Twitter, TikTok, Facebook, dan lainnya.

ii) Saran Praktis

Akan selalu ada perkembangan teknologi yang baru ketika menggunakan media sosial Instagram dalam membangun personal branding yang positif. Sehubungan dengan ini, harus dipertahankan ketertarikan dengan tanggapan audience pada konten yang dibuat untuk selalu berkembang di media sosial. Selain itu, mereka yang ingin membangun personal branding sendiri juga harus menyelaraskan perspektif umum pengguna Instagram lainnya untuk tidak terjadinya kesalahpahaman dalam penyampaian pesan maupun dengan konten yang dibuat

REFERENCES

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Deby Mulyana. (2006). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Rosda Karya Bandung.
- Dinda Sekar Puspitarini, R. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–71.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Gramedia.
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149–162.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada Batik Burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- Moleong, L. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi*.
- Monavia Ayu Rizaty. (2022, August 3). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. DataIndonesia.Id.
- Nasrullah, R. (2018). *Riset khalayak digital: Perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial*.
- Noor, J. (2011). *Metodelogi penelitian*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Pratama, R. Z. ... Sandi, F. (2020). Pembentukan Konsep Diri Siswa Sma Melalui Media Sosial Instagram. *Komunikata* 57, 1(1), 42–49.
- Rachmawati, D., & Ali, D. S. F. (2018). Analisis Kriteria Personal Branding Selebgram Non Selebriti (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Lippielust). *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 23–30.
- Rahmat Kriyanto. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. PT. Kencana Perdana.
- Ramdan, A. K. ... Safitri, D. (2019). Pengaruh Akun Instagram @temandisabilitas Id dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(2), 104. <https://doi.org/10.33376/ik.v4i2.284>
- Setiana, R. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Pada Keanggotaan Baru Big Bro Muaythai Training Camp. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(2), 1–13.

- Shilvina Widi. (2023, February 3). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. DataIndonesia.Id.
- Silih Agung Wasesa. (2013). *Political branding & public relations: saatnya kampanye sehat, hemat, dan bermartabat (Cet.2)*. Gramedia Pustaka Utama.
- socialblade.com. (2023). misspuddina's YouTube Stats. Socialblade.Com.
- Stevani, S., & Widayatmoko, W. (2017). Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 65–73.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suharso, P., & Muntiah, A. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi. *EduLib*, 10(1), 1–14.
- Theodora, D., & Kurnia, V. P. (2022). PENGARUH INFLUENCER MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND IMAGE ERIGO. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, 4(2), 68–77.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2020). *Pengantar Statistika (Edisi Ketiga): Cara Mudah Memahami Statistika*. Bumi Aksara.
- Wayan Suwendra. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif. Dalam ilmu sosial, pendidikan, kebudayaan dan keagamaan*. Nilacakra.