

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan oleh banyak orang. Pidi Baiq merupakan seorang seniman yang memanfaatkan keberadaan Instagram untuk strategi pembentukan *personal branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep pembentukan *personal branding* Pidi Baiq sebagai seniman di media sosial Instagram @pidibaiq, citra diri Pidi Baiq dihadapan *followers*-nya di Instagram, dan alasan Pidi Baiq menggunakan Instagram sebagai media pembentukan *personal branding*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivistik. Desain penelitian penelitian ini menggunakan studi kasus. Uji keabsahan data dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pidi Baiq memenuhi kedelapan konsep *personal branding* Peter Montoya diantaranya, konsep Spesialisasi (*Ability, Behavior, Lifestyle, Mission, Product*, profesi dan *Service*), Konsep Kepemimpinan: keunggulan, posisi, dan pengakuan. Konsep Kepribadian, Konsep Perbedaan, Konsep Terlihat, Konsep Kesatuan, Konsep Keteguhan, dan Konsep Nama Baik. Pidi Baiq memiliki Citra diri yang positif dihadapan *followers*-nya. Hal tersebut sejalan juga dengan keinginan Pidi Baiq dalam membangun Citra Diri di hadapan *followers*-nya. Pidi Baiq menggunakan Instagram hanya untuk membagikan Informasi, kesenangan dan media hiburan saja. Instagram ini dipakai Pidi Baiq sebagai sebuah bentuk untuk merepresentasikan *personal branding* yang sudah ada di kehidupan nyata dari sosok Pidi Baiq, yang kemudian diperkuat pada media sosial Instagram agar lebih dikenal oleh khalayak ramai.

Kata Kunci: Seniman, Pidi Baiq, Instagram, *personal branding*.

ABSTRACT

Instagram is one of the social media that is often used by many people. Pidi Baiq is an artist who utilizes Instagram in his personal branding strategy. This research aims to find out the concept of forming Pidi Baiq's personal branding as an artist on Instagram social media @pidibaiq, Pidi Baiq's self-image in front of his followers on Instagram, and the reasons Pidi Baiq uses Instagram as a medium for forming personal branding. This research uses a qualitative approach with a constructivistic paradigm. The research design of this research uses a case study. Data validity test with source triangulation. The results showed that Pidi Baiq fulfilled all eight of Peter Montoya's personal branding concepts including, Specialization Concept (Ability, Behavior, Lifestyle, Mission, Product, Profession and Service), Leadership Concept (Excellence, Position, and Recognition. Personality Concept, Difference Concept, Visible Concept, Unity Concept), Constancy Concept, and Good Name Concept. Pidi Baiq has a positive self-image in front of her followers. This is also in line with Pidi Baiq's desire to build a self-image in front of his followers. Pidi Baiq uses Instagram only to share information, fun and entertainment media. Instagram is used by Pidi Baiq as a form of representing personal branding that already exists in the real life of Pidi Baiq's figure, which is then strengthened on Instagram social media to be better known by the public.

Keywords: Artist, Pidi Baiq, Instagram, personal branding.