

ABSTRAK

Instagram memiliki berbagai fitur yang terkait dengan bisnis dan bisa dimanfaatkan oleh penggunanya. Mega Agilia merupakan seorang konten kreator *fashion model* yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai strategi pembentukan *Personal Branding* dirinya sebagai *Content Creator Fashion Model* melalui Media Sosial Instagram @gamezura_. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembentukan *Personal Branding*, tanggapan *followers*, dan alasan Mega Agilia menggunakan media sosial Instagram untuk pembentukan *Personal Branding*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivistik, pendekatan penelitian menggunakan studi kasus, subjek penelitian adalah Mega Agilia dan objek penelitiannya adalah Strategi *personal branding* yang dilakukan Mega Agilia. Teknik Penentuan informan melalui teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data berasal dari wawancara, observasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, menyajikan data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mega Agilia menerapkan ke delapan konsep *personal branding* Peter Montoya pada media sosial Instagramnya. Penerapan konsep *personal branding* tersebut menghasilkan sebuah tanggapan positif dari *followers* nya di Instagram, dengan selalu bersuara mengenai isu-isu sosial, menginspirasi *followers* nya dengan memberikan saran dalam menentukan *style* pakaian, dan menunjukkan sikap yang sangat *humble* pada kolom komentar dan juga di *Direct Message*. Mega Agilia, menggunakan Instagram karena efektif untuk membentuk *personal branding* terutama di bidang *fashion model*. Instagram memberikan lebih banyak kebebasan dibandingkan dengan platform media sosial lainnya terutama pada hal kreativitas dalam mengekspresikan diri dan sangat tepat untuk membentuk *personal branding* dirinya.

Kata Kunci: Instagram, Konten Kreator, Mega Agilia, *Personal Branding*

ABSTRACT

Instagram has various features related to business and can be utilized by its users. Mega Agilia is a fashion model content creator who utilizes Instagram social media as a strategy for forming her Personal Branding as a Fashion Model Content Creator through Instagram Social Media @gamezura_. This study aims to determine the formation of Personal Branding, followers' responses, and the reasons Mega Agilia uses Instagram social media to form Personal Branding. This study uses a qualitative approach with a constructivist paradigm, the research approach uses a case study, the subject of the study is Mega Agilia and the object of the study is the personal branding strategy carried out by Mega Agilia. The informant determination technique uses purposive sampling technique. Data collection techniques come from interviews, observations, and literature studies. Data analysis techniques use data reduction, presenting data, and drawing conclusions. Data validity techniques use source triangulation. The results of the study show that Mega Agilia applies Peter Montoya's eight personal branding concepts to her Instagram social media. The application of the personal branding concept resulted in a positive response from her followers on Instagram, by always speaking out about social issues, inspiring her followers by giving advice on determining clothing styles, and showing a very humble and caring attitude towards her followers. Mega Agilia, uses Instagram because it is effective in forming personal branding, especially in the field of fashion modeling. Instagram gives more freedom to creativity in expressing oneself and is very appropriate for forming her personal branding.

Keywords : Content Creator, Instagram, Mega Agilia, Personal Branding