

Pengaruh *Personal Branding Influencer* Alfi Siregar di Media Sosial *TikTok* terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswi Fikom UNISBA

Avrisa Aulia A^{*}, Dr. Tresna Wiwitan, M.Si.

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*avrisaanaba11@gmail.com, tresnawiwitan@yahoo.com

Abstract. The increasing use of TikTok social media in Indonesia, with its various and varied content, has made many Indonesians use TikTok as a reference in their lifestyle, one of which is in the fashion sector. Apart from that, the fruit of the progress of social media in Indonesia, especially TikTok, has become a new way of earning a living, namely becoming a content creator or social media influencer who can influence the lives of Indonesian people, either as a reference, inspiration or other things. Being an influencer is not enough to have lots of followers, an influencer must also have their own image or brand that is their characteristic. Therefore, it is important for an influencer to build a strong personal brand. So this research will discuss the influence of the personal branding of social media influencer Alfi Siregar with the account name @alfisrg15 on TikTok social media on the clothing style of UNISBA Fikom students. The aim of this research is to find out how aspects of personal branding according to David McNally and Karl D Speak influence UNISBA Fikom students in choosing their clothing style by using an Influencer on TikTok social media named Alfi Siregar as the object of this research. Meanwhile, 65 Fikom UNISBA students were respondents to this research who had seen the @alfisrg15 account. This research uses quantitative methods. The results of this research show that there is an influence between the personal branding carried out by Alfi Siregar on TikTok social media on the clothing style of UNISBA Fikom students. This can be seen from the value of the simple linear regression test where the significance value shows a result of $0.000 < 0.05$ which proves that there is a significant influence between the two variables personal branding and clothing style.

Keywords : *Personal Branding, Social Media TikTok, Influencer, Fashion.*

Abstrak. Meningkatnya penggunaan media sosial TikTok di Indonesia, dengan konten yang berbagai macam dan bervariasi membuat banyak Masyarakat Indonesia menjadikan TikTok sebagai salah satu referensi dalam gaya hidupnya, salah satunya di bidang fashion. Selain itu, buah dari kemajuan media sosial di Indonesia, khususnya TikTok menjadi ladang mencari nafkah baru yaitu menjadi content creator atau social media influencer yang dapat mempengaruhi kehidupan Masyarakat Indonesia, baik sebagai referensi, inspirasi ataupun hal lainnya. Menjadi seorang influencer tidak cukup dengan memiliki banyak pengikut, seorang influencer juga harus memiliki citra atau brand tersendiri yang menjadi ciri khas nya. Oleh karena itu, penting bagi seorang influencer untuk membangun personal branding yang kuat. Maka Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana pengaruh personal branding seorang social media influencer Alfi Siregar dengan nama akun @alfisrg15 di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi Fikom UNISBA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aspek-aspek personal branding menurut David McNally dan Karl D Speak mempengaruhi mahasiswi Fikom UNISBA dalam memilih gaya berpakaianya dengan menggunakan seorang Influencer di media sosial TikTok bernama Alfi Siregar sebagai objek dari penelitian ini. Sedangkan sebanyak 65 mahasiswi Fikom UNISBA menjadi responden dari penelitian ini yang pernah melihat akun @alfisrg15. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara personal branding yang dilakukan Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA. Hal ini dapat dilihat dari nilai dari uji regresi linier sederhana dimana nilai signifikansi menunjukkan hasil $0,000 < 0,05$ yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel personal branding dan gaya berpakaian.

Kata Kunci: *Personal branding, Media Sosial TikTok, Influencer, Fashion.*

A. Pendahuluan

Merek merupakan suatu hubungan. Ia bukan sekadar pernyataan. Ia bukanlah persoalan citra yang terencana, kemasan yang berwarna-warni, slogan-slogan yang tajam, atau menambahkan suatu polesan untuk menyembunyikan keadaan sesungguhnya yang berada di dalamnya. Merk merupakan persepsi atau emosi yang dipertahankan dan dipelihara oleh para pembeli atau calon pembeli yang melukiskan pengalaman yang berhubungan dengan persoalan menjalankan bisnis-bisnis. Bersama sebuah organisasi atau memakai produk atau jasa-jasanya. Merk anda merupakan suatu persepsi atau emosi yang dipertahankan oleh orang lain yang melukiskan pengalamannya secara menyeluruh ketika berhubungan dengan anda. (McNally & Karl D. Speak, 2004).

Personal branding tidak hanya dimiliki oleh figur publik, selebritis atau orang terkenal lainnya. Setiap orang pada dasarnya sudah memiliki dan bisa membangun personal branding. Siapapun yang membangun karir dalam bidang profesi, industri atau keahlian kita masing-masing, personal branding sudah tumbuh seperti mutiara dalam tiram, dibangun dalam lapisan perilaku, perawatan orang lain, hasil pekerjaan, dan hal-hal yang sering dikatakan. Seiring waktu, perpaduan antara gambar, identitas, dan reputasi bergabung untuk menciptakan persepsi yang sederhana dan jelas tentang kita pada orang lain (Montoya & Vandehey, 2002).

McNally dan Speak (2004), personal branding memiliki 3 hal mendasar yang menjadi karakteristik dan perlu diperhatikan dalam membangun personal branding, yaitu authenticity atau khas, semakin khas Tindakan yang mereka lihat (diperlihatkan) maka akan semakin tegas pula merk pribadi kita bagi mereka (Faikar Hafizh & O. Hasbiansyah, 2022). Yang kedua adalah relevan, dimana ini dimulai ketika seseorang percaya bahwa kita memahami dan memperhatikan apa yang mereka anggap penting, juga hal yang menghidupkan dan menjadi sumber kekuatan dari suatu merk pribadi atau personal branding adalah efek-efek dari sinergi (saling memerlukan) dari sikap kita yang khas dan relevan tersebut. Dan yang terakhir adalah konsisten, ketika melakukan hal yang khas dan relevan, kemudian melakukannya lagi dan lagi ms Menurut McNally, ketika personal brand yang dirancang memiliki kekhasan atau perbedaan, relevan, dan konsisten, maka audiens akan mulai melihat dan memahami personal brand tersebut (Kertamukti, 2015).

Fashion atau busana adalah segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh, baik dengan maksud melindungi tubuh maupun memperindah penampilan tubuh. Busana pada umumnya suatu ekspresi atau ungkapan pribadi yang tidak selalu sama untuk setiap orang. Dewasa ini, *fashion* juga dapat menjadi salah satu cara untuk melakukan personal branding. Terbukti dengan adanya perkembangan zaman kali ini, khususnya teknologi dapat memudahkan kita mengekspresikan diri di media sosial. Salah satunya adalah media sosial TikTok. TikTok merupakan platform sosial media yang menyajikan video pendek sebagai alat utama untuk berinteraksi yang memungkinkan pengguna berimajinasi dan mengekspresikan ide secara bebas dalam bentuk video pendek. Lalu video tersebut dapat dibagikan kepada seluruh pengguna TikTok di berbagai belahan dunia (Agustina, 2018).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh antara personal branding influencer Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom unisba”.

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui pengaruh aspek authenticity influencer Alfi Siregar terhadap gaya berpakaian mahasiswi Fikom UNISBA.
2. Untuk mengetahui pengaruh aspek relevan influencer Alfi Siregar terhadap gaya berpakaian mahasiswi Fikom UNISBA.
3. Untuk mengetahui pengaruh aspek konsisten influencer Alfi Siregar terhadap gaya berpakaian mahasiswi Fikom UNISBA.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswi fikom unisba Angkatan 2020 yang berjumlah 164 mahasiswi.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu Proposional Stratified Sampling diperoleh jumlah sampel minimal penelitian sebanyak 62 mahasiswi dan responden sebanyak 65, serta 53 responden yang digunakan sebagai sampel penelitian karena 12 responden lainnya tidak memenuhi kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis uji regresi linear sederhana.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh *Personal Branding* (X) dengan Gaya Berpakaian (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh personal branding terhadap gaya berpakaian. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengujian

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	22,871	2,351		9,727	0
	X	0,322	0,072	0,494	4,471	0

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

1. Aspek Authenticity

Berdasarkan konsep personal branding David McNally, aspek authenticity yang ditunjukkan oleh Alfi Siregar berpengaruh terhadap Gaya berpakaian Mahasiswi. Karena pada instrument penelitian variabel x frekuensi responden yang menjawab setuju adalah sebesar 82% *Influencer* Alfi Siregar (@alfisrg15) memiliki ciri khas dalam membuat konten *fashion* di media sosial TikTok. Menyatakan bahwa aspek authenticity yang dibuat pada personal branding Alfi Siregar berpengaruh terhadap gaya berpakaian mahasiswi. Berdasarkan hasil olah data, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara personal branding yang dilakukan oleh influencer Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara personal branding yang dilakukan Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA. Hal ini dapat dilihat dari nilai dari uji regresi linier sederhana dimana nilai signifikansi menunjukkan hasil nilai (thitung) < (ttabel) dengan perbandingan $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa H0 (Terdapat pengaruh antara aspek authenticity Personal Branding *influencer* Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA.) diterima dan H1 (Tidak terdapat pengaruh antara aspek authenticity Personal Branding *influencer* Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA) ditolak. terhadap gaya berpakaian bagi mahasiswi maupun kalangan Wanita lainnya . Jika ditinjau dari teori modeling atau teori belajar sosial yang mengemukakan mengenai peniruan maka, semakin kuat personal branding yang dibangun seseorang maka hal tersebut dapat berdampak pada peniruan yang akan dilakukan oleh khalayak. Konsep personal branding yang dikemukakan oleh David McNally dan Karl D. Speak mengungkapkan bahwa personal branding memiliki 3 elemen penting diantaranya adalah *authenticity*. Jika seorang influencer membangun personal branding yang kuat dengan memperhatikan authenticity dari *personal branding* yang dibangun, maka

kepercayaan khalayak akan semakin tinggi dengan adanya Tindakan tegas yang ditampilkan, hal itu akan berdampak pada adanya peniruan berdasarkan teori modelling (bandura) yang menyatakan unsur-unsur utama proses peniruan adalah perhatian, mengingat, reproduksi gerak, dan motivasi. Kaitannya dengan penelitian ini adalah peniruan gaya berpakaian yang dilakukan oleh mahasiswi fikom unisba disebabkan oleh personal branding yang dilakukan oleh Alfi Siregar yang memiliki authenticity dalam personal branding yang dibangunnya akan terdapat adanya peniruan melalui motivasi dan observational learning, motivasi yang didapatkan oleh mahasiswi Fikom UNISBA melalui authenticity yang dibangun oleh Alfi Siregar mendapatkan respon positif untuk meniru yang dilakukan oleh mahasiswi Fikom UNISBA, melalui unsur-unsur peniruan yang dikemukakan oleh Bandura.

2. Aspek Relevan

Berdasarkan konsep personal branding David McNally, aspek relevan atau kekhasan yang ditunjukkan oleh Alfi Siregar berpengaruh terhadap Gaya berpakaian Mahasiswi. Terlihat bahwa pada pertanyaan penelitian mengenai aspek relevansi memiliki nilai sebesar 78,5% membuktikan bahwa keselarasan konten yang dibuat oleh Alfi dapat berpengaruh pada peniruan yang dilakukan oleh mahasiswi. Hal ini dapat dilihat dari nilai dari uji regresi linier sederhana dimana nilai signifikansi menunjukkan hasil nilai (t_{hitung}) < (t_{tabel}) dengan perbandingan $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa H_0 (Terdapat pengaruh antara aspek relevan Personal Branding *influencer* Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA.) diterima dan H_1 (Tidak terdapat pengaruh antara aspek relevan Personal Branding *influencer* Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA) ditolak. Jika ditinjau dari teori modeling atau teori belajar sosial yang mengemukakan mengenai peniruan maka, semakin kuat personal branding yang dibangun seseorang maka hal tersebut dapat berdampak pada peniruan yang akan dilakukan oleh khalayak. Konsep personal branding yang dikemukakan oleh David McNally dan Karl D. Speak mengungkapkan bahwa personal branding memiliki 3 elemen penting diantaranya adalah *relevan*. Jika seorang influencer membangun personal branding yang kuat dengan memperhatikan aspek *relevan* dari *personal branding* yang dibangun, maka kepercayaan khalayak akan semakin tinggi dengan adanya Tindakan tegas yang ditampilkan, hal itu akan berdampak pada adanya peniruan berdasarkan teori modelling (bandura) yang menyatakan unsur-unsur utama proses peniruan adalah perhatian, mengingat, reproduksi gerak, dan motivasi. Kaitannya dengan penelitian ini adalah peniruan gaya berpakaian yang dilakukan oleh mahasiswi fikom unisba disebabkan oleh personal branding yang dilakukan oleh Alfi Siregar yang memiliki *relevan* antara yang ditunjukkan oleh Alfi Siregar dalam membuat konten dengan kebutuhan informasi dari audiens dalam personal branding yang dibangunnya akan terdapat adanya peniruan melalui motivasi dan observational learning, motivasi yang didapatkan oleh mahasiswi Fikom UNISBA melalui authenticity yang dibangun oleh Alfi Siregar mendapatkan respon positif untuk meniru yang dilakukan oleh mahasiswi Fikom UNISBA, melalui unsur-unsur peniruan yang dikemukakan oleh Bandura.

3. Aspek Konsisten

Berdasarkan konsep personal branding David McNally, aspek konsisten yang ditunjukkan oleh Alfi Siregar berpengaruh terhadap Gaya berpakaian Mahasiswi. Terlihat pada instrument pertanyaan mengenai konsisten mendapatkan jawaban setuju dari responden sebanyak 75,4% dan membuktikan bahwa aspek konsistensi dari personal yang dibuat oleh Alfi Siregar berpengaruh pada peniruan gaya berpakaian yang dilakukan oleh mahasiswi. Hal ini dapat dilihat dari nilai dari uji regresi linier sederhana dimana nilai signifikansi menunjukkan hasil nilai (t_{hitung}) < (t_{tabel}) dengan perbandingan $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa H_0 (Terdapat pengaruh antara aspek konsisten Personal Branding *influencer* Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA.) diterima dan H_1 (Tidak terdapat pengaruh antara aspek konsisten Personal Branding *influencer* Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA) ditolak. Jika ditinjau dari teori modeling atau teori belajar sosial yang mengemukakan mengenai peniruan maka,

semakin kuat personal branding yang dibangun seseorang maka hal tersebut dapat berdampak pada peniruan yang akan dilakukan oleh khalayak. Konsep personal branding yang dikemukakan oleh David McNally dan Karl D. Speak mengungkapkan bahwa personal branding memiliki 3 elemen penting diantaranya adalah relevan. Jika seorang influencer membangun personal branding yang kuat dengan memperhatikan aspek konsisten dari personal branding yang dibangun, maka kepercayaan khalayak akan semakin tinggi dengan adanya Tindakan tegas yang ditampilkan, hal itu akan berdampak pada adanya peniruan berdasarkan teori modelling (bandura) yang menyatakan unsur-unsur utama proses peniruan adalah perhatian, mengingat, reproduksi gerak, dan motivasi. Kaitannya dengan penelitian ini adalah peniruan gaya berpakaian yang dilakukan oleh mahasiswi fikom unisba disebabkan oleh personal branding yang dilakukan oleh Alfi Siregar yang memiliki konsisten antara yang ditunjukkan oleh Alfi Siregar dalam membuat konten. dalam personal branding yang dibangunnya akan terdapat adanya peniruan melalui motivasi dan observational learning, motivasi yang didapatkan oleh mahasiswi Fikom UNISBA melalui authenticity yang dibangun oleh Alfi Siregar mendapatkan respon positif untuk meniru yang dilakukan oleh mahasiswi Fikom UNISBA, melalui unsur-unsur peniruan yang dikemukakan oleh Bandura.

Berdasarkan hasil olah data, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara personal branding yang dilakukan oleh influencer Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi UNISBA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara personal branding yang dilakukan Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA. Hal ini dapat dilihat dari nilai dari uji regresi linier sederhana dimana nilai signifikansi menunjukkan hasil nilai (thitung) < (ttabel) dengan perbandingan $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa H_0 (Terdapat Pengaruh antara Personal Branding influencer Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi Fikom UNISBA) dan H_1 (Tidak Terdapat Pengaruh antara Personal Branding influencer Alfi Siregar di media sosial TikTok terhadap gaya berpakaian mahasiswi Fikom UNISBA) ditolak. Peniruan gaya berpakaian yang dilakukan oleh mahasiswi fikom unisba disebabkan oleh personal branding yang dilakukan oleh Alfi Siregar memiliki ciri khas, keunikan dan relevansi serta dilakukan secara konsisten dan berulang sehingga terdapat adanya peniruan dan observational learning yang dilakukan oleh mahasiswi Fikom UNISBA, melalui unsur-unsur peniruan yang dikemukakan oleh Bandura yaitu perhatian, mengingat, reproduksi gerak dan motivasi.

Hasil penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Primadini Wijayanti (2017) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh antara personal branding fashion influencer terhadap gaya berpakaian. Penelitian yang dilakukan oleh Primadini Wijayanti (2017) menunjukkan bahwa Fashion Influencer tidak memiliki pengaruh terhadap gaya busana muslim anggota komunitas Hijabers Mom Community Pekanbaru dengan nilai (thitung) > (ttabel), dengan perbandingan $12,011 > 1,993$, maka H_0 (Tidak terdapat pengaruh fashion influencer di media sosial terhadap gaya busana muslim anggota HijabersMom Community) diterima dan H_a (Terdapat pengaruh fashion influencer di media sosial terhadap gaya busana muslim anggota HijabersMom Community) ditolak. Jika ditinjau dari teori modeling atau teori belajar sosial yang mengemukakan mengenai peniruan maka, semakin kuat personal branding yang dibangun seseorang maka hal tersebut dapat berdampak pada peniruan yang akan dilakukan oleh khalayak. Konsep personal branding yang dikemukakan oleh David McNally dan Karl D. Speak mengungkapkan bahwa personal branding memiliki 3 elemen penting diantaranya adalah authenticity. Jika seorang influencer membangun personal branding yang kuat dengan memperhatikan authenticity dari personal branding yang dibangun, maka kepercayaan khalayak akan semakin tinggi dengan adanya Tindakan tegas yang ditampilkan, hal itu akan berdampak pada adanya peniruan berdasarkan teori modelling (bandura) yang menyatakan unsur-unsur utama proses peniruan adalah perhatian, mengingat, reproduksi gerak, dan motivasi. Kaitannya dengan penelitian ini adalah peniruan gaya berpakaian yang dilakukan oleh mahasiswi fikom unisba disebabkan oleh personal branding yang dilakukan oleh Alfi Siregar yang memiliki authenticity dalam personal branding yang dibangunnya akan terdapat adanya peniruan melalui motivasi dan observational learning,

motivasi yang didapatkan oleh mahasiswi Fikom UNISBA melalui authenticity yang dibangun oleh Alfi Siregar mendapatkan respon positif untuk meniru yang dilakukan oleh mahasiswi Fikom UNISBA, melalui unsur-unsur peniruan yang dikemukakan oleh Bandura. Kaitannya dengan penelitian ini adalah peniruan gaya berpakaian yang dilakukan oleh mahasiswi fikom unisba disebabkan oleh personal branding yang dilakukan oleh Alfi Siregar memiliki ciri khas, keunikan dan relevansi serta dilakukan secara konsisten dan berulang sehingga terdapat adanya peniruan dan observational learning yang dilakukan oleh mahasiswi Fikom UNISBA, melalui unsur-unsur peniruan yang dikemukakan oleh Bandura yaitu perhatian, mengingat, reproduksi gerak dan motivasi.

Hasil dari beberapa penelitian di atas dapat kita ketahui bahwa personal branding yang dilakukan influencer tidak selalu berpengaruh terhadap gaya berpakaian bagi mahasiswi maupun kalangan Wanita lainnya.

D. Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh personal branding influencer Alfi Siregar terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada mahasiswi fikom UNISBA yang menjadi sampel penelitian Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek authenticity pada personal yang dibangun oleh Alfi Siregar berpengaruh terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA. Adanya peniruan yang dilakukan oleh mahasiswi fikom UNISBA bisa terjadi karena personal branding yang dibangun oleh Alfi Siregar memiliki aspek authenticity, sehingga motivasi untuk meniru yang dilakukan oleh mahasiswi dapat berpengaruh positif dan kuat.
2. Aspek relevan pada personal branding yang dibangun oleh Alfi Siregar berpengaruh terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA Adanya peniruan yang dilakukan oleh mahasiswi fikom UNISBA bisa terjadi karena personal branding yang dibangun oleh Alfi Siregar memiliki aspek relevan, sehingga proses peniruan yang dilakukan oleh mahasiswi dampak berpengaruh positif karena Alfi menyajikan konten yang berisi informasi yang juga sesuai dengan kebutuhan audiensnya untuk meniru apa yang dilakukan oleh Alfi dari segi gaya berpakaianya.
3. Aspek konsisten pada personal branding yang dibangun oleh Alfi Siregar berpengaruh terhadap gaya berpakaian mahasiswi fikom UNISBA Adanya proses peniruan yang dilakukan oleh mahasiswi fikom UNISBA bisa terjadi karena personal branding yang dibangun oleh Alfi Siregar dilakukan secara konsisten, sehingga motivasi untuk meniru yang dilakukan oleh mahasiswi dapat berpengaruh positif dan kuat.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak Universitas Islam Bandung dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, orang tua, teman-teman, responden dan semua yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Afrilia, M.Ascharisa. 2018. Personal Branding Remaja di Era Digital. Mediator: Jurnal Komunikasi, Vol.11, No.1.
- [2] Berpakaian, Perkembangan, Asal Jepang, D I Surabaya, and Farhan Mubarak. 2016. "Jurusan Bahasa Dan Sastra Jepang Sekolah Tinggi Bahasa Asing Jia Bekasi 2016."
- [3] Fithri, Rizma. 2014. "Buku Perkuliahan: Psikologi Belajar." Prodi Psikologi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya: 1-164.
- [4] Haerisma, Alvien Septian. 2018. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran." Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah 10(1): 91.
- [5] Irawan, Mohammad Honif Candra, and Totok Suyanto. 2014. "Strategi Sekolah Dalam Menangani Pelanggaran Tata Tertib Di Smp Dorowati Manukan Surabaya." Jurnal

- Kajian Moral Dan Kewarganegaraan 2(2): 484–98.
- [6] Jadid, Universitas Nurul, and Jawa Timur. 2020. “PERSONAL BRANDING KIAI POLITISI BERBASIS CIRCLE-C Khotijah*, Akmal Mundiri.” 2(2): 182–95. <http://jurnal.permapendis.org/index.php/managere/index><http://jurnal.permapendis.org/index.php/managere/index>.
- [7] Kurnia, Okki. 2022. “Pengaruh Kualitas Paket Wisata Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan Di Kawasan Tanjung Lesung Pandeglang Banten.” *Jurnal Manner* 1(2): 96–103.
- [8] Mubarok, Farhan. 2016. “Perkembangan Berpakaian.”
- [9] Montoya, P. dan Vandehey, T. 2004. *Strategic Personal Branding*. Mumbai: Jaico Publishing House
- [10] Montoya, P. dan Vandehey, T. 2009. *The Brand Called You: Make Your Bussiness Stand Out in a Crowded Market Place*. USA: McGraw-Hill.
- [11] McNally, David and Karl D. Speak. (2002). *Be Your Own Brand*. San Fransisco: Berret Koehler Publisher, Inc.
- [12] Natalia, Wenny Anggraini, Dian Widiawati, and Agus Sachari. 2019. “Perancangan Produk Fashion Bagi Masyarakat Urban Indonesia Dengan Pemanfaatan Tenun Lurik Jawa Pedan.” *Serat Rupa Journal of Design* 3(2): 112–33.