

Personal Branding Model Indonesia Next Top Model (INTM) melalui Instagram

Fatharani Agnia Rachman*, Tresna Wiwitan

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

*fatharaniagniar@gmail.com, tresnawiwitan1803@gmail.com

Abstract. Personal Branding of a Flores Cantika model who still adheres to Sundanese as a cultural identity and dares to give an appearance that is more than what it is. Flores is also known for her friendly, kind and humorous nature. This study aims to find out how and why Flores does Personal Branding on Instagram. This study uses a qualitative research method with a case study approach. Through data collection techniques such as interviews, observations, documentation and literature studies. This theory uses Erving Goffman's impression management theory and Peter Montoya's Eight Laws Of Personal Branding concept which explains how the INTM Flores Cantika model's Personal Branding through the Instagram account @florescantika. The results of this study show that in preparing information for posts on Instagram @florescantika in building personal branding, namely by determining goals, determining target followers and forming a team so that the process of building personal branding is easier, then to prepare a visual form in building personal branding on Instagram by choosing a theme or type of content to be uploaded, of course it must be in accordance with personal branding in Flores. Then Flores uploaded her entire portfolio so that the brand would find it easy to see Flores' abilities. Instagram is an alternative media that helps Flores in marketing and promotion, to create new relationships, and advance careers and expand reach easily.

Keywords: *Personal Branding, Model, and Instagram.*

Abstrak. Personal Branding seorang model Flores Cantika yang masih melekat berbicara bahasa sunda sebagai identitas budaya dan berani memberikan penampilan yang lebih apa adanya Flores pun dikenal dengan sifatnya yang ramah, baik hati dan humoris. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dan mengapa Flores melakukan Personal Branding di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dengan melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Teori ini menggunakan Teori impression management Erving Goffman dan konsep Eight Laws Of Personal Branding Peter Montoya yang menjelaskan bagaimana Personal Branding model INTM Flores Cantika melalui akun Instagram @florescantika. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam mempersiapkan informasi untuk postingan di Instagram @florescantika dalam membangun personal branding yaitu dengan melakukan penentuan tujuan, menentukan target followers serta membentuk tim agar proses membangun personal branding lebih mudah, kemudian untuk mempersiapkan bentuk visual dalam membangun personal branding di Instagram dengan memilih tema atau jenis konten yang akan di unggah, tentunya harus sesuai dengan personal branding pada Flores. Kemudian Flores mengunggah semua portofolionya sehingga brand akan mudah untuk melihat kemampuan yang Flores miliki. Instagram adalah media alternatif yang membantu Flores di bidang pemasaran maupun promosi, untuk menciptakan relasi baru, dan memajukan karir serta memperluas jangkauan dengan mudah.

Kata Kunci: *Personal Branding, Model, dan Instagram.*

A. Pendahuluan

Semenjak Flores Cantika menjadi kontestan dari acara INTM tahun 2021, akun instagramnya mengalami kenaikan followers dimana sebelum menjadi kontestan ia hanya mempunyai followers sekitar 2000 saja, sedangkan saat menjadi kontestan followersnya meningkat menjadi sekitar 50.000an.

Ia mempunyai keunikan tersendiri yang membedakannya dengan kontestan lain. Beberapa keunikan yang dimiliki oleh Flores Cantika adalah sering menggunakan bahasa daerahnya yaitu bahasa sunda dan berani memberikan penampilan yang lebih apa adanya Flores pun dikenal dengan sifatnya yang ramah, baik hati dan humoris ini yang membuat Flores menjadi lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Hal ini dapat dilihat dari salah satu bentuk interaksi Flores Cantika dengan pengikutnya di media sosial. Dengan begitu penulis melihat bahwa Flores Cantika mempunyai personality yang baik di media sosialnya. Kata personality dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Yunani-kuno *prosopon* atau *persona* yang artinya “topeng”, yang biasa dipakai artis dalam teater. Jadi, konsep awal dari pengertian personality (pada masyarakat awam) adalah tingkah laku yang ditampakan pada lingkungan sosial, kesan mengenai diri yang diinginkan agar dapat ditangkap oleh lingkungan sosial [1].

Berdasarkan hal ini, maka peneliti tertarik memilih Flores Cantika sebagai objek penelitian mengenai personal branding di media sosial di Instagram karena Flores merupakan model yang unik dan aktif melakukan interaksi dengan penggemarnya di Instagram. Alasan tersebut yang membuat peneliti tertarik meneliti personal branding Flores Cantika.

Flores memiliki sifat yang unik dan attitude yang baik, hal ini yang membuat penggemarnya semakin terkagum-kagum. Sikap (attitude) adalah evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung ataupun tidak memihak pada objek tersebut [2]. Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana sikap yang ditujukan oleh Flores Cantika pada media sosial Instagram.

Selain itu, Flores Cantika memiliki ciri khas nya tersendiri, dimana ia terbiasa untuk berbicara dengan logat yang biasa digunakan oleh masyarakat sunda. Sehingga hal tersebut menjadi ciri khas dari Flores Cantika yang membuatnya lebih dikenal oleh masyarakat. Karena seringkali berbicara bahasa Sunda, Flores sering dipanggil dengan sebutan “tete” yang berarti sebutan tersebut diberikan pada wanita yang lebih tua dalam bahasa Sunda. Pembawaannya yang enerjik selalu membawa hal positif dan selalu menampilkan sikapnya yang humoris ini dapat disukai oleh followers (pengikutnya). Dengan adanya fitur-fitur Instagram, Flores dapat berinteraksi dengan penggemarnya. Dampak dari interaksi tersebut dia mendapatkan engagement yang meningkat secara signifikan. Antusias tersebut terlihat dari bagaimana netizen menanggapi di konten-konten yang Flores unggah di media sosial Instagram miliknya.

Konten-konten yang disuguhi melalui akun Instagram @florescantika menampilkan bahwa Flores memiliki pribadi yang tertarik di bidang kecantikan, kuliner, fotografi dan fashion. Berkat unggahan konten tersebut, banyaknya tawaran iklan seperti menawarkan endorse dari berbagai kalangan brand, di antaranya seperti make up Yves Saint Laurent, Shu Eumura, Nescafe, Scarlett Whitening dan lain-lain. Salah satu stasiun televisi NET TV melirik Flores dan menggagatnya sebagai pengisi acara di bidang kuliner “Ms. Queen”. Ini membuktikan Flores sukses membangun personal branding dirinya sebagai seseorang yang bisa dijadikan kiblat oleh netizen sebagai referensi di bidang yang Flores minati saat ini.

Terlihat sekilas dari salah satu pengikut Flores di akun Instagram miliknya berpendapat bahwa Flores Cantika adalah seseorang yang memiliki sifat yang unik, humoris dan menarik. Selain itu, salah satu pengikutnya menyadari bahwa Flores memiliki sifat yang jarang ditemukan di model-model yang lain. Strategi personal branding yang dilakukan Flores ini bertujuan untuk memanfaatkan media sosial sehingga mempermudah brand-brand untuk melakukan kerja sama mempromosikan sebuah produk.

Setiap harinya seorang model atau peragawati tentunya bertambah semakin banyak yang bermunculan, dengan ciri khasnya masing-masing yang unik dan berbagai karakter maupun gaya yang berbeda-beda guna menunjang popularitas pada akun Instagram yang

dimilikinya. Dilihat dari kasus tersebut kini personal branding merupakan hal yang penting. Menurut [3], “Branding berarti membedakan nama dan atau simbol, seperti logo, merek dagang, atau desain dengan maksud mengidentifikasi dan membedakan produk satu penjual dengan kompetitornya.” Kegiatan personal branding tentunya sangat membantu secara personal maupun di perusahaan sebagai bentuk identitas yang dikemas dengan ciri khasnya masing-masing.

Seorang peragawati atau yang tidak asing disebut model tentunya memiliki berbagai macam konsep dan tipenya masing-masing, yaitu memiliki ketertarikan dalam hijabers, fashion, traveller, komedian, beauty, dan social brand, Salah satu konsep dan tipe yang digunakan Flores dalam membangun Personal branding di Instagram cenderung kepada beauty, komedi, kuliner dan fashion karena dalam postingan Flores di Instagram pun ia selalu memperhatikan pakaian yang digunakan pada sehari-harinya, melakukan posting makanan serta melakukan make up tips dan make up tutorial.

Berdasarkan dari hasil observasi awal yang peneliti temukan, bahwa media sosial di Instagram Flores dengan akun @florescantika saat ini memiliki pengikut sebanyak 57,7 ribu dengan total unggahan 190 sampai tanggal 6 Maret 2022. Flores menggunggah berbagai macam kegiatannya di Instagram seperti menerima endorsement dari berbagai pihak yang mengajak Flores untuk bekerja sama dengan brand-brand yang cukup terkenal hingga brand tenar di dunia media sosial, khususnya di Instagram.

Menurut Napoleon Cat salah satu perusahaan yang bergerak di bidang analisis marketing media sosial dari Polandia menyatakan bahwa pada bulan Januari hingga bulan Mei 2020 pengguna Instagram di Indonesia meraih 69,2 juta. Pada bulan Januari tercatat kurang lebih 62,23 juta pengguna, kemudian Februari naik menjadi 62, 47 juta users. Setelah itu di bulan Maret hingga Mei pengguna Instagram semakin banyak hingga mencapai 69,2 juta pengguna.

Diakses dari www.goodnewsfromindonesia.id pada 2 Februari 2021 mengatakan sebagian besar yang aktif mengakses Instagram adalah wanita sebesar 63% sedangkan pria hanya 37% yang mengakses Instagram setiap harinya. Bahkan menurut data yang didapatkan juga bahwa 69% pengguna Instagram itu berasal dari lulusan perguruan tinggi.

Dengan personal branding, individu akan menjadi seseorang yang pertama terpikirkan ketika orang lain mencari atau membutuhkan potensi, kualitas, atau nilai-nilai tertentu yang ada dalam diri individu tersebut [4]. Di zaman yang sangat berkembang ini sebagian besar pengguna internet termasuk seorang model memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk melakukan kegiatan personal branding yaitu dengan memakai media sosial sebagai sarana akan membangun sebuah personal branding, salah satu platform yang bisa dimanfaatkan saat ini adalah media sosial Instagram yang di dalamnya terdapat fitur-fitur yang menarik seperti followers dan following, posting, camera, filter, arroba, hastag, geotagging, jejaring sosial, like, instastory, arsip foto, close friend, live dan IG TV yang dapat digunakan untuk melakukan branding terhadap dirinya. Dari hasil penelitian terdahulu yang penulis dapatkan mengenai personal branding selebgram melalui Instagram, terdapat satu hasil penelitian yang sejenis, yaitu Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram. Pada penelitian terdahulu yang didapatkan oleh penulis memiliki perbedaan penelitian dengan penelitian ini, yaitu penelitian terdahulu yang penulis dapatkan mengenai subjek penelitian yaitu Laudya Cyntia Bella dalam akun Instagram @bandungmakuta dan pendekatan penelitiannya yaitu menggunakan deskriptif. Sedangkan yang penulis teliti yaitu menggunakan pendekatan studi kasus, sehingga penulis akan meneliti mengenai cara mempersiapkan informasi, bentuk visual, bentuk personal branding dan alasan melakukan personal branding melalui akun Instagram @florescantika. [5] dalam jurnalnya yang berjudul Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram, menjelaskan bahwa Personal branding adalah sebuah karakteristik yang terdapat pada seorang yang bisa membedakan dari diri kita dengan diri yang lainnya, sesuai komunikasi yang anda lakukan, pesan yang anda sampaikan, pembawaan diri anda dan strategi atau teknik pemasaran.

Personal branding juga dapat dikatakan sebagai cara kreatif untuk mendapatkan perhatian publik. Menurut Ghodeswar (2008), “Branding berarti membedakan nama dan atau simbol, seperti logo, merek dagang, atau desain dengan maksud mengidentifikasi dan

membedakan produk satu penjual dengan kompetitornya.” Maka dari pernyataan itu personal branding dianggap penting karena dampak yang terjadi sangat signifikan pengaruhnya. Pada saat ini sebuah organisasi, perusahaan maupun produk bahkan seseorang pun bisa melakukan branding dan bersaing untuk memberikan kesan personal branding dirinya di keseharian ataupun di media sosial pribadinya sesuai dengan keahlian dan ketertarikan yang dimilikinya. Media sosial menjadi media yang sangat sering digunakan saat ini untuk membangun sebuah personal branding. Seseorang membangun personal branding di media sosial agar dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk tujuan yang berbeda-beda seperti untuk menaikkan reputasi dirinya, membuat suatu sensasi agar namanya menjadi bahan perbincangan di masyarakat yang menjadikannya sebagai alat untuk melaksanakan bisnis yang dimilikinya.

Dengan personal branding, individu akan menjadi seseorang yang pertama terpikirkan ketika orang lain mencari atau membutuhkan potensi, kualitas, atau nilai-nilai tertentu yang ada dalam diri individu tersebut (Hood, 2006; William Arruda, 2010). Di zaman yang sangat berkembang ini sebagian besar pengguna internet termasuk seorang model memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk melakukan kegiatan personal branding yaitu dengan memakai media sosial sebagai sarana akan membangun sebuah personal branding, salah satu platform yang bisa dimanfaatkan saat ini adalah media sosial Instagram yang di dalamnya terdapat fitur-fitur yang menarik seperti followers dan following, posting, camera, filter, arroba, hastag, geotagging, jejaring sosial, like, instastory, arsip foto, close friend, live dan IG TV yang dapat digunakan untuk melakukan branding terhadap dirinya.

Personal branding juga dapat dikatakan sebagai cara kreatif untuk mendapatkan perhatian publik. Menurut Ghodeswar (2008), “Branding berarti membedakan nama dan atau simbol, seperti logo, merek dagang, atau desain dengan maksud mengidentifikasi dan membedakan produk satu penjual dengan kompetitornya.” Maka dari pernyataan itu personal branding dianggap penting karena dampak yang terjadi sangat signifikan pengaruhnya. Pada saat ini sebuah organisasi, perusahaan maupun produk bahkan seseorang pun bisa melakukan branding dan bersaing untuk memberikan kesan personal branding dirinya di keseharian ataupun di media sosial pribadinya sesuai dengan keahlian dan ketertarikan yang dimilikinya. Media sosial menjadi media yang sangat sering digunakan saat ini untuk membangun sebuah personal branding.

Komunikasi mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia, dimana suatu komunikasi mempunyai jangkauan yang tidak terbatas salah satunya ialah keberadaan internet. Internet ialah dampak positif dari berkembangnya suatu teknologi. Instagram ialah salah satu media sosial yang tumbuh dengan adanya internet. Saat ini media sosial khususnya Instagram banyak digunakan oleh seluruh masyarakat yang bertujuan ingin membagikan akses penggunaannya untuk berekspressi mempresentasikan dirinya sesuai keinginannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis cara Flores mengelola akun Instagram @florescantika.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis alasan Flores melakukan personal branding melalui akun Instagram @florescantika.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dengan melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Cara Flores Mempersiapkan Informasi Untuk Postingan Di Instagram @Florescantika Dalam Membangun Personal Branding

Untuk mempersiapkan informasi untuk postingan di Instagram dalam membangun personal branding, Pertama Flores mentukan tujuan dari personal branding itu sendiri di Instagram. Setelah mengikuti ajang pencarian bakat Indonesia Next Top Model, Flores tetap

menunjukkan bakat modelingnya. Flores berbagi kisah perjalanan sebagai seorang model. Kemudian Flores menentukan audiens target dan membentuk tim untuk membantu Flores membuat konten yang relevan dan menarik bagi followers. Sebisa mungkin Flores konsisten aktif di Instagramnya, dengan cara selalu update di Insta Stories-nya. Dalam membangun personal branding di akun instagramnya @florescantika, Flores selalu mencari referensi atau informasi sebelum mengunggah konten di Instagramnya dan sesuai dengan brief yang di berikan oleh brand. Kemudian untuk memastikan bahwa informasi yang dibagikan di Instagramnya sesuai dan dapat dipercaya Flores selalu melakukan pengecekan fakta untuk memastikan kebenaran informasi tersebut dan memastikan bahwa informasi yang dibagikan adalah informasi yang relevan. Ketika ada kerjaan atau endorsement Flores selalu mencobanya terlebih dulu dan selalu honest review.

Setelah ini Flores menyiapkan konten foto atau video yang akan di bagikan, dan tidak lupa menulis caption sesuai dengan personal branding Flores yang senang menggunakan bahasan sunda. Flores juga tidak lupa setiap postingan yang akan dibagikan menggunakan hastag yang relevan dengan konten tersebut untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens yang lebih luas. Dengan keaktifannya dalam membuat konten yang menarik di media sosial instagram akun @florescantika menjadi lebih dilihat oleh banyak orang. Tidak hanya dapat dilihat oleh para pengikutnya saja, namun dengan berbagai konten yang telah dibuatnya ia pun seringkali diajak kerjasama oleh beberapa brand ternama. Terlebih lagi untuk postingan yang memiliki lebih banyak insight akan lebih luas jangkauan yang didapatnya.

Akun instagram @florescantika juga merupakan salah satu akun yang memiliki keteguhan ia dapat dinilai konsisten dalam hal mengunggah konten karena ia memiliki jadwal khusus untuk konten- konten yang akan diunggah. Dengan adanya jadwal tersebut maka profil instagram dari akun @florescantika juga akan menjadi lebih tertata rapih dan akan terlihat lebih profesional.

Menurut Flores, orang-orang lebih tertarik dengan dirinya karena konten yang ia unggah yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari nya. Oleh karena itu, Flores selalu konsisten membuat konten yang apa adanya tanpa di buat-buat. Flores tidak berusaha menjadi orang lain dan membalut atau membungkus segalanya agar dapat dikenal sebagai label Flores yang berbeda dari kesehariannya. Akun instagram @florescantika juga merupakan salah satu akun yang memiliki keteguhan ia dapat dinilai konsisten dalam hal mengunggah konten karena ia memiliki jadwal khusus untuk konten- konten yang akan diunggah. Dengan adanya jadwal tersebut maka profil instagram dari akun @florescantika juga akan menjadi lebih tertata rapih dan akan terlihat lebih profesional.

Dengan membangun citra positif salah satunya, melalui akun Instagram @florescantika yang sudah memanfaatkan media Instagram sebagai tempat untuk membangun citra positif atau personal branding ini dapat menjadi salah satu bukti bahwa dengan adanya media Instagram ini dapat mempermudah untuk membangun citra positif sehingga dapat dilihat oleh banyak orang.

Cara Flores Mempersiapkan Bentuk Visual Dalam Membangun Personal branding.

Melalui personal branding yang di lakukan oleh Flores di sosial media Instagram, banyak sekali respon positif yang berdatangan, orang-orang jadi kenal dan tahu ciri khas Flores dari personal branding yang telah di lakukan nya. Selain itu pemanggilan job sebagai model juga berdatangan dan semakin banyak setelah Flores melakukan personal branding melalui unggahan-unggahan nya di Instagram. Para klien bisa melihat progres dan kinerja Flores melalui unggahan tersebut. Cara Flores untuk memilih tema atau jenis konten yang akan di unggah biasanya Flores mengemas setiap konten yang diproduksinya dengan kreatif dan profesional. Setiap kontennya selalu menunjukkan ciri khas tersendiri dari dirinya sebagai model sehingga mempermudah pengikutnya untuk selalu mengingat dirinya. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Flores adalah membuat akun Instagram khusus portopolio dia sebagai model. Hal tersebut digunakan agar ketika suatu brand akan mengajak kerjasama dapat melihat referensi dari Instagram tersebut.

Menurut hasil wawancara dengan Flores, personal branding memerlukan suatu keunikan yang harus bisa ditampilkan atau diberikan, Flores sendiri memberikan suatu yang berbeda dengan cara menerima semua jenis makeup, mengenakan hijab pada saat menjadi

model dan lain sebagainya. Mungkin terkesan sudah biasa, namun Flores dapat memberikan kesan ceria dan menyenangkan saat bekerjasama. Flores ingin dikenal sebagai model yang memberikan good vibes.

Untuk membangun personal branding di instagram sendiri, Flores mengoptimalkan bio instagram, feed instagram, mengidentifikasi pilar konten, dan terlibat dengan platform secara konsisten untuk menumbuhkan followers dan mem-branding nama diri sendiri. Walaupun Flores dikenal sebagai seorang model di Instagram, tetapi brand yang ingin Flores tunjukkan atau tonjolkan bukanlah demikian. Brand yang ingin Flores tanamkan dalam benak audiens adalah sosok model yang humoris dan bisa menghibur orang lain. Konten yang di unggah pada akun miliknya tidak semua berupa video, tetapi juga berupa foto.

Cara Flores mengatasi masalah yang ada pada akun instagram @Florescantika, ketika pertama kali terjun ke Instagram, Flores hanya berinteraksi dengan orang – orang yang dikenalnya saja. Namun seiring berjalannya waktu, Flores semakin dikenal dan dipercaya masyarakat untuk mereview produk fashion dan skincare. Postingannya sangat ditunggu khalayak terutama kaum wanita. Banyak orang yang mulai mengetahui Flores dan akhirnya ikut “follow” Instagram Flores dan memberi likes juga komen pada setiap postingannya, dan juga itu semua bermula ketika Flores menjadi finalis Indonesia Next Top Model. Karena Flores juga sering membalas komen pertanyaannya followersnya tersebut, akhirnya Flores membuat beberapa postingan untuk menjawab pertanyaan followersnya mengenai fashion dan skincare salah satunya. Maka dari itu terjadilah Personal branding Flores melalui akun instagram pribadinya terbentuk sebagai Model Influencer.

Jika dilihat dari segi tampilan akun Instagram, Flores merupakan yang tidak begitu memperhatikan hal tersebut. Tampilan akun Instagram milik Flores dapat dikatakan cenderung tidak teratur. Karena menurut Flores, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap ketertarikan orang lain pada akun Instagram miliknya. Flores beranggapan bahwa orang lain tertarik untuk menjadi followers, viewers, maupun likers pada akun Instagramnya karena konten dari foto dan video yang ia unggah. Dengan demikian, ia cenderung lebih memperhatikan konten dibandingkan dengan tampilan akun Instagram miliknya. Tampilan Instagram yang cenderung random tersebut juga secara tidak langsung memperkuat kesan “menjadi diri sendiri” yang memang ingin ditonjolkan oleh Flores. Karena dengan demikian, orang akan memberikan kesan bahwa apa yang ia unggah dan tunjukkan di Instagram tidak dibuat-buat.

Dalam menjaga nama baik, Flores menunjukkannya dengan cara sering mengajak followers berinteraksi agar tercipta suatu hubungan yang harmonis. Dilihat dari setiap postingan instagramnya Flores dapat dikatakan sebagai seseorang yang aktif dalam membalas komentar dari para followers yang tak lupa menggunakan Bahasa sunda, walaupun mungkin tidak semua komentar dapat dibalas. Flores juga seringkali mendapatkan komentar negatif terlebih lagi yang masuk pada balasan cerita instagramnya, namun Flores tidak terlalu memperdulikan selagi komentar negatif itu tidak menghina fisiknya serta masih dapat dimaafkan. Flores pun akan terus membuat karya tanpa harus mendengarkan komentar negatif diluar sana, namun jika ditemukan komentar yang bersifat mengkritik untuk arah yang lebih baik, itu lah yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi dirinya dan juga para timnya. Karena jika yang diambil adalah komentar positif saja maka akun Instagram @florescantika tidak akan berkembang.

Alasan Flores Melakukan Personal branding Melalui Akun Instagram @Florescantika.

Saat ini penggunaan sosial media ditujukan untuk menggambarkan keunikan seorang lewat pengeposannya. Melalui postingannya di sosial media, tanpa harus bertemu langsung orang lain dapat melihat personal branding yang coba di bentuk oleh orang tersebut. Salah satunya adalah kesukaan terhadap suatu hal yang akhirnya, contohnya hobi terhadap jalan-jalan dengan pengeposan jalan-jalan di suatu tempat.

Tidak seperti jaman dahulu, kehadiran sosial media saat ini telah menjadi media alternatif dalam membantu bidang pemasaran maupun promosi. Secara personal, pribadi dapat melakukan bisnis melalui sosial media hingga munculah influencer (orang yang mempengaruhi orang lain) dan endorser (orang yang mempromosikan suatu product di sosial media). Para influencer dan endorser menggunakan sosial media sebagai pembentuk personal branding untuk dirinya ataupun brand image yang mereka bawa dengan postingannya yang dikirimkan.

Cara pembangunan personal branding perlu menggunakan strategi yang tepat, sehingga brand dapat terbentuk sesuai dengan apa yang diinginkan. Oleh karena itu perlu dipahami pentingnya cara pengkomunikasian yang sesuai dengan apa yang ingin digambarkan. Sehingga baik atau buruknya penggambaran personal branding seseorang itu juga bergantung dengan penggunaannya.

Akun Instagram @florescantika merupakan salah satu akun aktif yang seringkali mengunggah konten bertemakan gaya berpakaian kekinian dengan mix & match yang digunakannya serta beberapa unggahan gaya berfoto yang dinilai instagramable sesuai jati dirinya sebagai model. Dengan konten-konten kreatif yang dikemas sangat menarik akan lebih mampu memiliki banyak insight dan mendapatkan jangkauan yang lebih luas sehingga konten tersebut akan mudah masuk kedalam fitur instagram explore atau fitur penjelajah. Jika konten berhasil mencapai fitur explore maka akan mengundang banyak audience serta beberapa brand ternama untuk mengajak bekerjasama. Selain mampu memanfaatkan feed instagramnya untuk membuat berbagai konten menarik yang dikemas dengan baik, akun Instagram @florescantika juga mampu memanfaatkan fitur instagram stories untuk berbagi banyak hal. Beberapa hasil instagram stories yang ia bagikan dimasukkan kedalam fitur sorotan (highlight) dengan berbagai kategori yang telah dibuat.

Menciptakan relasi atau hubungan yang baik dengan orang lain merupakan salah satu elemen penting dalam pembentukan personal branding. Personal branding di media sosial Instagram dapat menjadi alat bagi Flores yang sangat efektif dalam memajukan karir dengan membantu mereka memperluas jangkauan, memperkuat citra diri, dan membuka pintu untuk kesempatan baru

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Cara Flores Cantika dalam mempersiapkan informasi untuk postingan di Instagram @florescantika dalam membangun personal branding yaitu dengan melakukan penentuan tujuan, menentukan target followers serta membentuk tim agar proses membangun personal branding lebih mudah, kemudian merencanakan dan mempersiapkan konten, memikirkan caption serta hastag yang akan di buat, menjadwalkan setiap postingan agar konsisten dan terlihat professional. Dan setelah itu tidak lupa melakukan evaluasi untuk lebih baik lagi.
2. Cara Flores mempersiapkan bentuk visual dalam membangun personal branding di Instagram yaitu memilih tema atau jenis konten yang akan di unggah, tentunya harus sesuai dengan personal branding pada Flores. Kemudian Flores mengunggah semua portofolionya sehingga brand akan mudah untuk melihat kemampuan yang Flores miliki. Mengoptimalkan bio Instagram untuk menyimpah semua informasi yang akan mempermudah owner brand. Dan tentunya memiliki ciri khas pada feed Instagram baik video maupun foto.
3. Cara Flores mengatasi masalah yang ada pada akun Instagram @florescantika, biasanya dalam membangun personal branding masuk komentar negative, Flores tidak terlalu memperdulikannya selagi komentar negative tersebut tidak menghina fisiknya dan kemudian menjadikan komentar negative tersebut menjadi bahan evaluasi bagi Flores.
4. Flores melakukan personal branding melalui akun Instagram @florescantika karena Instagram adalah media alternatif dalam membantu bidang pemasaran maupun promosi, untuk menciptakan relasi baru, dan memajukan karir serta memperluas jangkauan dengan mudah.

Acknowledge

Terimakasih Ibu Dr. Tresna Wiwitan, Dra., M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan, memberikan arahan, bimbingan serta dorongan. Serta senantiasa meluangkan waktu dan tenaga diberbagai kesibukan. Terima kasih banyak telah memberikan penulis kesempatan untuk dibimbing oleh Ibu dan memberikan kepercayaan bahwa

penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dan Flores Cantika selaku informan penelitian yang telah membantu penulis sebagai informan serta membantu dalam segala proses penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Alwisol.(2009). Psikologi Kepribadian (Edisi Revisi). Malang: UMM Press
- [2] Azwar S. 2013. Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [3] Albarran, A. B. 2013. The Social Media Industries. New York, USA: Routledge Taylor and Francis Group
- [4] Boyd, D. M & Ellison, B. N. 2008. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. Journal Of Computer-Mediated Communication. Vol. 13. Issue 1
- [5] Soraya. 2017. Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram. Jurnal Komunikasi. 8(2). 30-37
- [6] Mardianti, S. P., & Suherman, M. (2024). Hubungan Personal Branding pada Instagram @Ganjar_Pranowo dengan Minat Memilih Ganjar sebagai Presiden. Jurnal Riset Public Relations, 4(1), 49–56. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i1.3826>
- [7] Tanditha, T. K., Sani, A., & Hafiar, H. (2024). Destination Branding Desa Wisata Alamendah Melalui Media Sosial Instagram A R T I C L E I N F O. Jurnal Riset Public Relations, 4(1), 7–14. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i1.3679>
- [8] Darajat, N. Z., & Yulianti, N. (2024). Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Gerakan Aksi Kemanusiaan dan Pendidikan. Jurnal Riset Public Relations, 4(1), 65–70. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i1.3898>
- [9] Dewi, R. R., & Kurniadi, O. (2024). Komunikasi Keluarga dalam Keluarga dengan Orang Tua Entrepreneur. Jurnal Riset Public Relations, 4(1), 57–64. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i1.3827>
- [10] Mardianti, S. P., & Suherman, M. (2024). Hubungan Personal Branding pada Instagram @Ganjar_Pranowo dengan Minat Memilih Ganjar sebagai Presiden. Jurnal Riset Public Relations, 4(1), 49–56. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i1.3826>