

## **Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Dalam *Personal Branding* Pada Akun @belinda.firdaa**

Radea Rahmi Issa Putra<sup>1</sup>, Aisy Naa'ila Khairunnissa<sup>2</sup>, Aisyah Firdatul Maulidia<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri  
Surabaya  
[radea.23321@mhs.unesa.ac.id](mailto:radea.23321@mhs.unesa.ac.id)

### **Abstract**

*The use of Instagram social media is familiar to most people, because in the current digital era the use of social media varies greatly depending on how you use it. One of the benefits of the social media Instagram is that it is a medium for building an image or what is often called personal branding. This media can help build and spread information about oneself so that it can be known by many people through existing followers, like Belinda Firda. This is what brands himself as a presenter or master of ceremonies so that it is easier for many people to know that he is a presenter. The purpose of this research is to find out the use of Instagram in the personal branding process and how to build a positive image within yourself so that you can be known by many people not by sensation but through existing achievements and experiences. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach because this research looks at the experiences of the sources. The results of this research were obtained through interviews with resource persons, namely that existing experiences can influence the personal branding process. Apart from that, it is important for someone who provides services such as presenters or others, because this can help to expand the reach so that more people can know about the services offered.*

**Keywords:** *Personal branding; Social Media; Instagram; Positive Image; Followers; Experience*

### **Abstrak**

Penggunaan media sosial *Instagram* sudah tidak asing bagi sebagian besar masyarakat, karena di era digital saat ini pemanfaatan media sosial sangat beragam tergantung bagaimana cara menggunakannya. Salah satu manfaat dari adanya media sosial *Instagram* ini adalah sebagai media untuk membangun citra atau yang sering disebut *personal branding* dengan adanya media ini dapat membantu untuk membangun dan menyebarluaskan tentang diri sendiri sehingga dapat dikenal oleh banyak orang melalui pengikut yang ada, seperti halnya Belinda Firda ini yang *mem-branding* dirinya sebagai seorang pembawa acara atau *master of ceremony* sehingga dapat lebih mudah untuk diketahui oleh banyak orang bahwa dirinya adalah seorang pembawa acara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegunaan dari *Instagram* dalam proses *personal branding* serta cara untuk membangun citra positif dalam diri sehingga dapat dikenal oleh banyak orang bukan dengan sensasi namun melalui prestasi dan pengalaman yang ada. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi karena adanya penelitian ini melihat dari pengalaman narasumber. Adapun hasil dari penelitian ini yang didapatkan melalui wawancara terhadap narasumber yakni pengalaman yang ada dapat mempengaruhi proses *personal branding*, selain itu penting untuk seseorang yang menyediakan jasa seperti pembawa acara atau yang lain sebagainya, karena hal tersebut dapat membantu untuk memperluas jangkauan sehingga lebih banyak orang yang tau tentang jasa yang ditawarkan.

**Kata Kunci:** Personal Branding; Media sosial; Instagram; citra positif; pengikut; pengalaman

## 1. Pendahuluan

Media Sosial *Instagram* merupakan salah satu platform yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat. Dari mulai anak-anak, remaja, dewasa, bahkan beberapa lansia pun memiliki dan menggunakan akun *Instagram*. Melalui akun *Instagram* setiap orang bisa mengunggah kegiatan sehari-hari mereka, maupun memperjual belikan suatu barang atau jasa. “Tujuan umum dari *Instagram* itu sendiri salah satunya yakni sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat atau pun dirinya sendiri kedalam bentuk foto.”[1] dimana suatu Instansi atau Perusahaan bisa mempromosikan barang atau jasa nya melalui *profile Instagram* mereka, sehingga nantinya setiap unggahan yang di buat dapat di lihat oleh *followers* di akun tersebut, atau bahkan lebih luas lagi. Tak hanya mempromosikan barang dan jasa, banyak orang yang menggunakan media *Instagram* sebagai tempat *Personal branding*. Dalam *Personal branding*, seseorang akan melabeli diri mereka dan membuat *branding* sendiri untuk sosial medianya. Agar orang mengenali ciri khas dan citra mereka dalam akun *Instagram* tersebut.

“*Personal branding* merupakan proses seseorang menggunakan diri atau karirnya sebagai merek”.[2]. Yang digunakan untuk menarik dan menjaga pandangan publik secara aktif. *Personal branding* adalah proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang. Seperti kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai dan bagaimana semua itu menciptakan persepsi positif dari masyarakat, yang nantinya dapat di gunakan sebagai alat pemasaran.

Masyarakat Indonesia kebanyakan menghabiskan waktunya untuk berselancar di media sosial. Di lansir dari CNBC Indonesia, per-awal tahun 2023. Indonesia tercatat menjadi negara dengan pengguna *Instagram* ke-4 terbanyak di dunia dengan angka 89,15 juta pengguna[3]. Dari sekian banyak pengguna, pastinya banyak juga tantangan bagi para kreator maupun pendedukasi yang bergerak di *Instagram*. Sering terjadi persaingan antar kreator karena memiliki jenis konten yang sama. Hal ini sering menjadi perbandingan audiens untuk menentukan siapa yang lebih baik. Agar bisa bertahan di tengah persaingan yang sengit, para konten kreator harus memiliki pemikiran yang kreatif dan inovatif, salah satunya adalah dengan membuat *Personal branding* di akun *Instagram* masing-masing. Semakin positif *Personal branding* tersebut, akan semakin banyak menarik audiens. Salah satu pengguna *Instagram* yang memiliki *Personal branding* adalah Belinda Firda, seorang *influencer* Surabaya yang *mem-branding* dirinya sebagai pembawa acara atau *master of ceremony*. Hal ini dapat dilihat di akun *Instagram* nya yang bernama @belinda.firdaa, ia banyak menjadi pembawa acara di berbagai *event*. Diantaranya, acara pernikahan, *school graduation*, pertemuan PMI wilayah sidoarjo, Hari Jadi Kota Mojokerto ke-105, dan lainnya. Belinda juga kerap kali menjadi motivator di beberapa seminar, bahkan ia juga pernah menjadi presenter di Metro TV. Kegiatan-kegiatan ini nantinya di unggah Belinda di akun *Instagram* nya sebagai *Personal branding* agar orang-orang mengenal dirinya sebagai *master of ceremony*. Media sosial *Instagram* di manfaatkan sebagai wadah mengekspresikan diri melalui *Personal branding*. Seperti hal nya Belinda, yang *mem-branding* dirinya sebagai *master of ceremony* dan memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk mengunggah konten terkait. Terlihat dari akun *Instagram* nya, Belinda lebih banyak mengunggah dirinya yang berkegiatan sebagai pembawa acara.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perjalanan Belinda Firda selama menjadi *influencer*. Dan berdasarkan uraian di atas, kami tertarik untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana cara Belinda Firda melakukan *Personal branding* sebagai seorang *master of ceremony* melalui akun *Instagram* @belinda.firdaa.

## 2. Metode Penelitian

Penulisan ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi, karena dengan penggunaan metode ini dapat memberikan pemahaman yang rinci terkait dengan pengalaman dari narasumber mengenai *personal branding* yang telah dilakukan. Data diperoleh dari hasil analisis dan wawancara sehingga dapat memberikan data yang akurat.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah menggunakan akun sosial media *Instagram* @belinda.firdaa, alasan mengapa memilih akun tersebut karena dilihat dari pengalaman yang sudah ada dan sesuai dengan konteks pembahasan dari penelitian ini tentang *personal branding* mengenai jasa *master of ceremony*. Dalam penelitian ini menggunakan metode non-partisipan yakni tidak melihat dan terlibat secara langsung untuk mengikuti proses dari *personal branding* yang dilakukan oleh narasumber, namun hanya melalui pengamatan dari akun *Instagram* dari @belinda.firdaa, dan wawancara untuk mendapatkan penjelasan secara lengkap.

Wawancara dilakukan secara online melalui media telfon di *whatsapp*, dengan pertanyaan yang diajukan kepada narasumber berupa pertanyaan deskriptif sehingga dapat secara jelas menggambarkan kondisi yang dialami oleh narasumber, selain itu dengan mendapatkan jawaban yang sesuai dari pengalaman narasumber lalu jawaban disusun berupa narasi yang sudah dianalisis serta disesuaikan dengan pengamatan melalui akun *Instagram* narasumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dijelaskan secara rinci mulai dari proses narasumber mengenal *personal branding*, hambatan saat melakukan *personal branding*, alasan memilih media sosial *Instagram* sebagai tempat untuk *personal branding*, cara agar bisa sukses untuk melakukan *personal branding*, hingga perbedaan atau manfaat yang dirasakan antara sebelum dan sesudah melakukan *personal branding*. Dengan hal tersebut narasumber dapat secara jelas dan rinci untuk memberikan penjelasan dan pengalaman, sehingga dapat dianalisis dan ditelaah dengan jelas.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Pentingnya Mengenali Diri Sebelum Melakukan *Personal branding* pada Sosial Media *Instagram*

Melihat data diatas, bahwasanya pengguna sosial media *Instagram* ini sangat banyak yakni 89,15 juta pengguna, oleh karena itu sangat disayangkan jika media sosial *Instagram* ini tidak digunakan dengan baik. “Salah satu kehadiran *instagram* memiliki fungsi lain yaitu selain dapat membangun sebuah brand, dengan *instagram* juga dapat membangun *personal branding* pemiliknya”[4]. Dengan membangun citra positif salah satunya, melalui akun *Instagram* @belinda.firdaa 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. Melalui pengalaman yang dibagikan dan hasil dari wawancara dengan Belinda selaku pemilik akun @Belinda.firdaa yang sudah membangun citra positif di *Instagram*

bahwa membangun *personal branding* tidak bisa dilakukan dengan satu atau dua hari saja, harus melalui berbagai proses yang lama untuk mendapatkan sebuah pengalaman yang berkesan dan dapat dijadikan sebagai suatu *personal branding*. Belinda mulai menekuni dan menyadari bahwa memiliki bakat dan ketertarikan sebagai seorang *master of ceremony* adalah ketika memasuki dunia SMA meskipun mulai sejak SMP sudah mengenal *public speaking* namun baru ditekuni secara spesifik pada jenjang SMA tersebut yang berawal mulai dari mengikuti pemilihan duta pariwisata sehingga Belinda dapat mulai belajar tentang sebuah *personal branding*, mulai dari situ pengalamannya dimulai, banyak sekali proses yang harus dilewati sebelum dapat menjadi seperti sosok saat ini, dengan adanya media *Instagram* ini Belinda dapat mempromosikan dirinya sebagai penyedia jasa yakni sebagai *master of ceremony* ini. Melalui *personal branding* dapat menjangkau lebih banyak orang sehingga semakin banyak juga orang tahu bahwa Belinda merupakan seorang *master of ceremony*.

Pentingnya mengenali kemampuan diri sebagai upaya untuk mencari dan menemukan keunikan yang ada pada diri menjadi salah satu keharusan untuk dapat memberikan *branding* pada diri sendiri, sebelum mengenalkan diri kita kepada orang lain maka sudah seharusnya dapat mengenali bagaimana keunikan atau karakter yang ada dan bisa untuk dijadikan sebagai bahan dalam melakukan *personal branding*, memiliki sebuah kemampuan tidak akan berarti jika belum bisa untuk memahami kemampuan tersebut. Seperti halnya Belinda yang menyadari bahwa kemampuannya dalam bidang *public speaking* tidak akan bisa bermanfaat seperti saat ini sehingga dapat dijadikan sebagai sebuah pekerjaan “sekitar bulan Juni aku mulai sadar sepertinya penting deh *personal branding* ini setelah aku memutuskan untuk menjadi seorang MC profesional” hal tersebut tentu saja memerlukan waktu, meskipun pada awalnya Belinda belum mengetahui untuk spesifikasi kemampuannya dalam bidang *public speaking* dibagian mana. Namun setelah melalui proses, Belinda menyadari dan memutuskan bahwa spesifikasi kemampuannya dalam hal *public speaking* adalah sebagai presenter dan *master of ceremony*, untuk dapat terus berkembang, Belinda memulai karirnya dengan menerima tawaran sebagai seorang pembawa acara yang pada awalnya hanya menggantikan rekannya yang tidak bisa untuk menerima tawaran menjadi seorang pembawa acara. Dengan itu Belinda mulai dapat dikenal dengan banyak orang dan dapat bekerjasama dengan beberapa *event organizer*.

Belinda pada saat memulai karirnya belum mengenal bahwa *Instagram* dapat digunakan sebagai tempat atau wadah untuk *personal branding*, Namun untungnya Belinda dapat segera menyadari bahwa memiliki sebuah *branding* pada diri sendiri sangatlah penting terlebih lagi dengan posisi bahwa sedang merintis karir dalam dunia *master of ceremony*. Menurut Belinda tentang alasan memilih *Instagram* sebagai tempat untuk melakukan *personal branding* adalah “Karena menurutku dengan menggunakan *instagram* lebih memudahkan untuk membagikan sebuah video maupun foto, ini merupakan tempat yang tepat untuk menunjukkan portofolioku sebagai MC”, dengan pemanfaatan bio *Instagram* ini juga bisa langsung terhubung dengan nomor *whatsapp* bisnisnya yang bisa dihubungi klien untuk dapat menggunakan jasa Belinda MC ini. Oleh karena itu menurutnya sangat cocok sekali penggunaan media sosial *Instagram* sebagai tempatnya untuk melakukan *personal branding*. Sebelum menggunakan media sosial *Instagram* dapat dijadikan media *personal branding* Belinda mengenalkan dirinya dengan cara testimoni dari klien sebelumnya meskipun hingga saat ini juga masih menggunakan cara tersebut namun Belinda merasa bahwa dengan adanya *personal branding* yang ada di *Instagram* ini jauh lebih memudahkan untuk dapat menerima klien karena Belinda dapat memberikan portofolio berupa cuplikan video maupun foto saat Belinda memandu sebuah acara atau menjadi seorang MC,

karena tentunya klien sebelum memilih seorang pembawa acara yang akan dipercaya untuk dapat memandu acara istimewanya, maka akan mencari tahu terlebih dahulu tentang latar belakang dan pengalaman dari seorang MC tersebut. “*Instagram* adalah aplikasi yang digunakan untuk mengirim informasi dalam bentuk foto atau video yang dikelola, diedit, dan dibagikan dengan pengguna lain dengan cepat dan mudah.”[5]. Menurut hasil wawancara dengan Belinda MC ini, *personal branding* memerlukan suatu keunikan yang harus bisa ditampilkan atau diberikan, Belinda sendiri memberikan suatu yang berbeda dengan cara mengenakan hijab pada saat menjadi seorang pembawa acara atau MC ini, mungkin terkesan sudah biasa, namun Belinda dapat memberikan kesan enerjik meskipun mengenakan hijab disaat menjadi MC. “Dalam dunia MC, hijab menjadi salah satu masalah, tapi akhirnya aku menjadikan ini sebagai sebuah *branding* dari sosok Belinda dengan tetap mengenakan hijab tapi masih bisa meriah kok” hal ini tentu menjadikan sisi keunikan Belinda sebagai seorang pembawa acara atau MC yang ditampilkan dalam *personal branding*nya. “Menjadi seorang selebgram harus memiliki Personal Branding yang kuat, memiliki keunikan, yang membedakan dengan selebgram lainnya agar bisa eksis lama menjadi selebgram di media sosial *Instagram*.”[6]

### **3.2 Korelasi *Personal branding* Dengan Promosi**

Melalui *personal branding* yang di lakukan oleh Belinda di sosial media *Instagram*, banyak sekali respon positif yang berdatangan, orang-orang jadi kenal dan tahu ciri khas ‘Belinda MC’ dari *personal branding* yang telah di lakukan nya. Selain itu pemanggilan job sebagai *master of ceremony* juga berdatangan dan semakin banyak setelah Belinda melakukan *personal branding* melalu unggahan-unggahan nya di *Instagram*. Para klien bisa melihat progres dan kinerja Belinda melalui unggahan tersebut. “Personal branding yang kuat akan membangun brand personality yang kuat dibenak masyarakat.” [7]

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, Belinda mengatakan bahwa sebelum melakukan *personal branding* di sosial media *Instagram*, ia mendapat klien dari mulut ke mulut, lebih tepatnya melalui promosi MC lain ke klien mereka. “Sebelum menggunakan *Instagram* saya hanya promosi dengan menawarkan diri secara langsung ke klien” Namun setelah melakukan *personal branding* di sosial media *Instagram*, belinda mengaku sangat membantunya mendapatkan klien. Hasilnya menjadi seimbang, antara ia mendapat klien dari mulut ke mulut, dan klien yang menghubunginya setelah melihat *personal branding* nya di *Instagram*, “Kalau aku bilang bisa 50% dari mulut ke mulut, pun juga 50% dari *Instagram*. Selain itu, *personal branding* juga membantu dalam dunia pekerjaan, entah itu promosi kenaikan jabatan, atau pemanggilan job. Untuk membangun *personal branding* dan menjalakkannya tentu tidak mudah, banyak hambatan dan rintangan yang harus di lalui, seperti yang Belinda bilang dalam wawancaranya, “Selama menjadi *master of ceremony*, menurutku kayak komentar-komentar gitu kebanyakan dari teman sesama MC sih.” atau bisa di bilang faktor internal. kebanyakan orang mengira sesuatu yang menjatuhkan berasal dari orang-orang di luar, seperti pengikut Belinda di *instagram* atau yang lain nya. Tetapi Belinda menyebutkan bahwa kalimat-kalimat negatif lebih banyak di lontarkan oleh *partner* sesama MC nya.

Melalui *personal branding* ini sebagai wujud nyata bahwa setiap orang atau individu maupun kelompok yang memiliki usaha atau karir harus memiliki sebuah *personal branding*, karena dengan adanya hal tersebut dapat membantu untuk memberikan umpan balik yang positif sesuai dengan apa yang telah dilakukan, oleh karena hal tersebut *personal branding* dapat dijadikan sebagai media promosi karena selain dapat memberikan citra baik kepada calon klien,

disisi lain dapat memperluas jangkauan pengikut yang ada dalam media sosial *Instagram* ini. Jadi, sesuai pemaparan di atas, *Personal branding* jelas bisa membantu kita dalam meningkatkan promosi. Seperti yang di alami Belinda, setelah melakukan *personal branding* yang ia mulai pada Juni 2022, klien yang memintanya untuk menjadi MC semakin meningkat. “Sosial media *instagram* memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen” [8] Melalui postingan yang menunjukkan kesibukannya sebagai MC, dan bio *instagram* nya yang mem-branding dirinya sebagai *master of ceremony*, dan kita juga dapat melihat *highlight instagram* nya yang menunjukkan kesibukannya sebagai *master of ceremony*. Dari sinilah Belinda dapat menarik klien yang mau bekerjasama dengannya. Maka dari itu, Belinda telah membuktikan pentingnya *personal branding* untuk mempromosikan karir yang tengah ia jalani.

### 3.3 Pentingnya *Personal branding* Untuk Jangka Panjang dan Hambatan

Berdasarkan pengamatan melalui akun *Instagram* @belinda.firdaa, Belinda meyakini bahwa *personal branding* melalui media sosial *instagram* dapat membantu seseorang untuk membangun karir sukses jangka panjang dan menonjol dari yang lain. Tetapi untuk Belinda sendiri sebenarnya orang lain bisa mengetahui Belinda MC bisa dari dua arah, yang pertama dari mulut ke mulut dan yang kedua dari *instagram*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Belinda, sebelumnya dari tahun 2022 itu murni dari mulut ke mulut saja, jadi Belinda banyak mendapat ajakan ataupun lemparan dari teman sesama MC yang sedang memiliki banyak job. Lalu untuk *Instagram* sendiri merupakan media sosial yang berupa platform visual sekaligus dapat digunakan untuk berbagi pengalaman maupun keahlian yang kita miliki melalui foto, video, dan juga teks. Untuk membangun *personal branding* di *instagram* sendiri, Belinda mengoptimalkan bio *instagram*, feed *instagram*, mengidentifikasi pilar konten, dan seperti yang sudah disebutkan di atas tadi yaitu terlibat dengan platform secara konsisten untuk menumbuhkan followers dan mem-branding nama diri sendiri. Membahas tentang mengoptimalkan bio, kita perlu untuk menggambarkan siapa diri kita dan juga memiliki keahlian apa? Kepada orang lain yang melihat *instagram* kita. Belinda sendiri juga membedakan klien dengan menggunakan WhatsApp Bisnis agar lebih bisa mengkalkulasi mana klien yang mengetahui dari *instagram* dan klien yang dari mulut ke mulut atau rekomendasi dari orang. “Aku membedakan klien *Instagram* dan juga rekomendasi orang yang aku buat melalui bio *Instagram* aku itu ada link *whatsapp* yang aku gunakan untuk melihat kalau klien ini tau aku dengan melihat aku dari *Instagram*” Jadi *personal branding* di *instagram* dapat membantu kita meningkatkan visibilitas dan membuat orang lain mengenal diri kita sebagai seseorang yang otoritas dalam bidangnya. Sebelum menggunakan *Instagram* sebagai media promosi untuk *personal branding*, Belinda sudah aktif menjadi MC sejak berada di bangku SMP, Belinda memulai dari MC di TMII (2018), moderator Forum Pemuda Kota Mojokerto (2019), MC Petrokimia (2022), MC BUMN (2022) dan masih banyak lagi. Belinda aktif menjadi MC dari acara kecil sampai acara besar hingga lumayan dikenal banyak orang seperti sekarang, sehingga untuk menambah *personal branding* agar Belinda MC lebih dikenal banyak orang, Belinda menggunakan *instagram* sebagai media brandingnya.

Menurut Belinda, bertahan di *Instagram* dan membangun merek pribadi sebagai pembawa acara atau *master of ceremony* dapat menjadi tantangan, namun ada beberapa strategi yang dapat membantu. Untuk bisa *survive* di *instagram*, hal pertama yang bisa kita lakukan yaitu membangun merek pribadi yang kuat. *Personal branding* sangat penting bagi publik figur

seperti pembawa acara, host, maupun MC. Kita dapat menggunakan *instagram* sebagai wadah untuk menunjukkan kepribadian, pengalaman, keahlian sekaligus nilai keunikan diri kita. Misalnya dengan posting foto maupun konten yang menonjolkan kualitas keunikan yang kita punya. Selain itu jangan lupa untuk memastikan profil yang ada di *instagram* kita lengkap dan terlihat profesional, dengan biodata dan informasi kontak yang jelas. Selain strategi di atas, kita juga bisa *survive* dengan cara sering terlibat dengan *audience*. Membangun merek pribadi ataupun *personal branding* di *instagram* juga memerlukan keterlibatan dengan *followers* kita dengan cara menanggapi komentar dan pesan. Kita juga bisa mempertimbangkan untuk mengadakan sesi tanya jawab atau acara interaktif ringan untuk tetap terhubung dengan *audience* kita secara *real-time*, seperti menggunakan fitur stories atau live. Hal ini akan membantu kita untuk membangun basis *followers* atau penggemar setia dan bisa meningkatkan visibilitas kita dalam platform media. Adapun kita harus senantiasa menjaga citra baik, karena sebagai publik figur kita perlu untuk menjaga citra yang positif. Perhatikan apa yang kita lakukan dan hindari topik yang kontroversial yang dapat merusak reputasi kita. Untuk mendapatkan branding sebagai MC kita juga bisa melakukan pemasaran reputasi, seperti berkolaborasi dengan merek lain yang melibatkan promosi ulasan positif, testimonial dan umpan balik untuk meningkatkan reputasi. Hal ini dapat memperluas jangkauan kepada *audience* baru dan lebih menyoroti keahlian kita. Dan yang terakhir adalah tetap konsisten seperti yang sudah pernah dibahas di atas, karena konsistensi adalah kunci, tapi Belinda sendiri pastinya mengalami hambatan dengan konsistensi, karena Belinda pasti memiliki jadwal atau aktivitas lain yang harus diutamakan, sehingga terkadang *instagramnya* terbengkalai. Misalnya pada bulan Juni sampai Juli postingan Belinda masih konsisten, tapi mulai kesini mulai renggang atau postingannya tidak sesering sebelumnya. Selain *survive* di *instagram*, Belinda juga pernah mengalami hambatan-hambatan dalam menjadi MC. Beberapa diantaranya yaitu omongan dari sesama MC, misalnya teman A belinda karena mungkin sedang memiliki mood jelek jadi tidak sadar mengucapkan kata negatif seperti "Belinda kan masih MC baru, tapi sudah pasang tarif mahal".

Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa adapun manfaat dari *personal branding* jangka panjang adalah dapat meningkatkan reputasi citra baik yang sebelumnya sudah dibuat serta dapat dikenal dengan keunikan dan kemampuan yang dimiliki, selain itu dapat lebih mudah untuk memperluas jejaring sosial karena sudah memiliki citra yang baik. "Hasil penelitian menunjukkan bahwa penting merencanakan personal branding dan media sosial dapat digunakan untuk membangun personal branding yang efektif yang mampu mengefisienkan usaha serta lebih mudah untuk menjangkau audiens dalam jumlah yang banyak." [9]. Pada dasarnya memang fungsi dari *personal branding* ini bukan hanya untuk saat ini saja, namun juga digunakan sebagai *track record* selama menggunakan media sosial khususnya *Instagram*, oleh karena itu sangat penting dalam melakukan *personal branding* dengan baik dan dapat memberikan kesan yang bagus terhadap khalayak umum.

#### **4. Kesimpulan**

Media sosial *Instagram* ini dapat memberikan dampak yang signifikan, sejatinya tiap individu memiliki keunikan masing-masing yang perlu dikembangkan, dengan cara mengenali keunikan yang ada pada diri maka dapat mempermudah untuk memberikan citra positif atau *personal branding* sehingga semakin banyak orang yang akan mengetahui. Dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* ini dapat memberikan kemudahan dalam hal promosi seperti yang sudah dilakukan oleh Belinda selaku pemilik akun @belinda.firdaa ini yang memberikan informasi kepada pengikutnya mengenai keahliannya dalam bidang *master of ceremony* dan memiliki karakter yang ceria meskipun dengan menggunakan hijab. Membangun sebuah *Personal branding* dilakukan dengan proses yang tidak sebentar, perlu waktu untuk mempersiapkan pengalaman yang siap untuk dibagikan dan dapat diterima oleh banyak orang. Melalui konsistensi dalam pengelolaan media sosial *Instagram* ini dapat memberikan pengaruh juga terhadap pengikut, seperti seberapa sering dalam meng-upload konten serta isi dari konten *branding* tersebut seperti apa, itu akan mempengaruhi logaritma dari pengikut media sosial yang sedang di *branding*.

Persaingan dalam penggunaan media ini juga dituntut untuk lebih kreatif dalam pembuatan konten yang akan dijadikan sebagai *Personal branding* sehingga masyarakat luas dapat mudah untuk semakin mengenali ciri dari diri kita, dengan pengguna *Instagram* yang banyak sesuai data diatas maka semakin mudah untuk kita dalam melakukan promosi serta meningkatkan jangkauan dalam *personal branding* tersebut. Dalam hal *master of ceremony* ada hambatan yang perlu diperhatikan sebelum melakukan *personal branding* seperti melihat pesaing atau kompetitor dan ulasan negatif dari rekan se-profesi.

*Personal branding* juga dapat meninggalkan kenangan atau jejak yang akan selalu diingat oleh orang-orang yang menjadi pengikut kita di media sosial, "Personal branding dapat mengatur persepsi seseorang terhadap orang lain, dengan menceritakan pengalaman kepada orang lain secara natural sehingga orang lain berpikir bahwa persepsi tersebut dibangun dengan sendirinya" [10]. Oleh karena itu mengapa pentingnya menjaga dan konsisten dalam melakukan sebuah *personal branding* ini perlu untuk dijaga, karena dapat menyangkut nama baik yang sudah dibangun sebelumnya. Jadi apabila dari awal sudah memiliki *branding* yang buruk maka setiap saat akan dikenal oleh banyak orang dengan pemaknaan yang buruk, berbeda dengan yang sudah memiliki atau membangun citra nya yang baik, maka akan dikenal dengan pandangan yang baik pula. Pengaruh dari *personal branding* ini penting sekali bukan hanya untuk hari ini dan besok, namun juga berkaitan dengan reputasi dan cara pandang orang lain terhadap diri kita untuk masa yang akan datang. Sehingga pengaruh dari *personal branding* itu sendiri dapat memberikan dampak yang sesuai dengan apa yang sudah dilakukan atau ditampilkan kepada khalayak umum melalui unggahan konten di media sosial *Instagram* tersebut. Hal ini sudah menjawab mengenai cara melakukan sebuah *personal branding* dan hambatannya sekaligus bagaimana dampak untuk jangka panjang, serta pengaruh untuk promosi dalam penyediaan jasa.

## Daftar Pustaka

- [1] B. Mahendra, M. Communications, and G. P. Security, “Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram,” 2017. [Online]. Available: [www.frans.co.id](http://www.frans.co.id)
- [2] M. Riadi, “Membangun Personal Branding - KajianPustaka.” Accessed: Oct. 02, 2023. [Online]. Available: <https://www.kajianpustaka.com/2019/09/membangun-personal-branding.html?m=1>
- [3] A. M. H. Putri, “Instagram Down, 10 Warga Negara Ini Jadi Gak Bisa Eksis,” [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com). Accessed: Oct. 02, 2023. [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230522072058-128-439276/instagram-down-10-warga-negara-ini-jadi-gak-bisa-eksis>
- [4] Susilowati, “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe),” *Jurnal Komunikasi*, vol. 9, no. 2, pp. 176–185, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- [5] F. N. Restusari and N. Farida, “Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane),” *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, no. 2, pp. 176–186, 2019, doi: 10.35760/mkm.2019.v3i2.2340.
- [6] D. Rachmawati, D. Rachmawati, and D. S. F. Ali, “Analisis Kriteria Personal Branding Selebgram Non Selebriti (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @LIPPIELUST),” *Jurnal Komunikasi*, vol. 12, no. 1, pp. 23–30, Mar. 2018, doi: 10.21107/ilkom.v12i1.3712.
- [7] I. Soraya Program Studi Periklanan, A. BSI Jakarta Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta Jl Kayu Jati, and J. Timur, “Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta),” 2017. [Online]. Available: [www.antara.com](http://www.antara.com)
- [8] A. Nur Millatina and S. Hamidah Mujahidah dan Sri Herianingrum, “Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian,” 2020.
- [9] F. Pertiwi and I. Irwansyah, “Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram,” *Jurnal Penelitian Komunikasi*, vol. 23, no. 1, Jul. 2020, doi: 10.20422/jpk.v23i1.631.
- [10] A. Mettasatya Afrilia, “Personal Branding Remaja di Era Digital,” 2018.