

## ABSTRAK

*Personal branding* adalah merek sendiri atau merek diri; dengan membangun *personal branding* yang kuat, seseorang mampu mendapatkan perhatian masyarakat yang lebih besar. Penelitian ini menyelidiki *personal branding* Ninda Destiani pada akun Instagramnya @nindadestiani. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang *personal branding* Ninda Destiani di Instagram dan untuk mengetahui apakah Ninda Destiani berbeda dari *influencer* lainnya.

Penelitian ini dalam teknik analisis data menggunakan penelitian kualitatif, metode penelitian studi kasus dengan analisis *personal branding* pada akun instagram Ninda Destiani dengan informan Ninda, Shinta, Reza, dan Thasya. Data yang diperoleh dari wawancara dengan informan kunci Ninda Destiani, dan informan pendukung Reza, Shinta, dan Thasya, digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan Teori Peter Montoya dengan delapan konsep untuk membangun *personal branding* seorang Mojang, MC, dan jurnalis.

Hasil penelitian ini terdiri dari : 1. bahwa Ninda Destiani memenuhi kedelapan konsep *personal branding* dari Peter Montoya seperti), spesialisasi (*The Law Of Specialization*), kepemimpinan (*The Law of Leadership*), kepribadian (*The Law Of Personality*), Perbedaan (*The Law Of Distinctiveness*), kenampakan (*The Law Of Visibility*), kesatuan (*The Law Of Unity*), keteguhan (*The Law Of Persistence*), dan nama baik (*The Law of goodwill*). 2. Instagram menawarkan jangkauan yang besar, memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan audiens potensial dari berbagai latar belakang dan lokasi, instagram cenderung digunakan untuk membangun *personal branding* yang lebih direncanakan 3. Perbedaan yang paling terlihat dari Ninda Destiani dibandingkan dengan *influencer* lainnya adalah kemampuannya yang luar biasa mampu *multitasking* dalam dunia *public speaking*, tidak hanya mampu menjadi seorang MC Ninda yang pernah menyandang gelar sebagai seorang Mojang Kabupaten Bandung Barat dan Mojang Jawa Barat.

**Kata Kunci : *Personal Branding*, Media sosial, Instagram**

## **ABSTRACT**

*Personal branding is one's own brand or self-branding; By building a strong personal brand, one is able to gain greater public attention. This study investigated Ninda Destiani's personal branding on her Instagram account @nindadestiani. This study aims to find out about Ninda Destiani's personal branding on Instagram and to find out if Ninda Destiani is different from other influencers.*

*This research is in data analysis techniques using qualitative research, case study research methods with personal branding analysis on Ninda Destiani's Instagram account with informants Ninda, Shinta, Reza, and Thasya. Data obtained from interviews with key informant Ninda Destiani, and supporting informants Reza, Shinta, and Thasya, were used in the study. This research uses Peter Montoya's theory with eight concepts to build personal branding of a Mojang, MC, and journalist.*

*The results of this study consist of: 1. that Ninda Destiani fulfills the eight concepts of personal branding from Peter Montoya such as), specialization (The Law Of Specialization), leadership (The Law Of Leadership), personality (The Law Of Personality), difference (The Law Of Distinctiveness), appearance (The Law Of Visibility), unity (The Law Of Unity), constancy (The Law Of Persistence), and good name (The Law of goodwill). 2. Instagram offers great reach, allowing users to connect with potential audiences from different backgrounds and locations, Instagram tends to be used to build a more planned personal brand 3. The most visible difference between Ninda Destiani compared to other influencers is her extraordinary ability to multitask in the world of public speaking, not only being able to become an MC Ninda who once held the title of a Mojang West Bandung Regency and Mojang West Java.*

*Keywords : Personal Branding, Social Media, Instagram.*