

Analisis proses pembentukan personal brand melalui social media : studi kasus proses pembentukan personal brand Chappy Hakim dan Yunarto Wijaya melalui Twitter) = Analysis of the process of formation of a personal brand through social media : a case study of the process of formation of a personal brand Chappy Hakim and Yunarto Wijaya via Twitter

Dicky Septriadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20313533&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang proses pembentukan personal branding melalui social media serta mengetahui pola interaksi yang terbangun di dalamnya. Selain itu, penelitian ini dilakukan juga untuk mengetahui mengenai hubungan antara social media dengan media lainnya juga dijadikan sebagai media pendukung dalam proses pembentukan personal brand. Penelitian ini berfokus pada proses pembentukan personal branding yang dilakukan oleh Chappy Hakim dan Yunarto Wijaya. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa kehadiran sebagai pribadi yang asli dan mewakili keseharian merupakan salah satu hal utama. Visi dan misi menjadi dasar ketika melakukan kegiatan personal branding. Dalam melakukan kegiatan personal branding melalui social media terdapat beberapa pola interaksi yang efektif, seperti Kultwit dan berinteraksi dengan komunitas. Penggunaan Social Media Manager atau Admin dalam pengelolaan akun pribadi merupakan hal yang kurang diapresiasi oleh audiens, karenanya setiap pelaku personal branding harus hadir sebagai pribadi sendiri. Integrasi social media dengan media lainnya merupakan suatu hal yang harus dilakukan di dalam melakukan personal branding, karena keberadaan media lain merupakan suatu kebutuhan pendukung. Integrasi di antar asatu media dengan media lainnya merupakan suatu kesatuan utuh yang saling mendukung.

.....

This research aims to find out about the process of the formation of personal branding via social media as well as knowing the interaction pattern awakened in them. In addition, this research was carried out as well to know about the relationship between social media with other media also serve as advocates in the process of creation of a media personal brand. This research focuses on the process of the formation of personal branding by Chappy Hakim and Yunarto Wijaya. Of research results can be noted that the presence of the original and as personal representative of everyday life is one of the main things. Vision and mission of the basis when conducting personal branding. In conducting personal branding through social media there are a number of effective interaction patterns, such as Kultwit and interact with the community. The use of Social Media Manager or Admin in personal account management is less appreciated by the audience, therefore every perpetrator should present personal branding yourself as a person. Integration of social media with other media is a thing that should be done in the personal branding, because of the existence of other media is a supporter of the needs. Integration between one media with other media is a unified whole that support each other.