

Dari personal branding ke influencer: analisis fashion blogger Diana Rikasari = From personal branding to influencer: analysis of fashion blogger Diana Rikasari

Rahma Mufida Widya Daniswara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481306&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Untuk membedakan seseorang dengan yang lainnya diperlukan sebuah personal branding. Fashion blogger, Diana

Rikasari, merupakan seseorang yang dikenal dengan gaya quirky, warna warni, lucu, dan unik sebagai ciri khas

kuatnya. Berawal dari membangun personal branding melalui blog, Diana kemudian menjadi influencer dan memperluas jangkauannya melalui Instagram. Tulisan ini menganalisis mengenai ciri khas yang dibangun Diana

Rikasari hingga menjadi seorang fashion influencer dengan menggunakan studi studi tentang personal branding.

Studi-studi tentang personal branding yang dimaksud merupakan identitas yang melekat pada diri seseorang dan

dikemas selaras dengan ciri khasnya, yang dapat memicu respon emosional orang lain mengenai kualitas nilai yang

dimiliki dirinya. Makalah non ilmiah ini merupakan studi literatur tentang bagaimana Diana Rikasari dapat melakukan

upaya branding dirinya melalui saluran media sosial miliknya. Sebagai studi literatur, selain melakukan kajian

terhadap studi-studi terkait personal branding dan peran influencer dalam pemasaran, makalah ini juga melihat blog

dan Instagram Diana Rikasari disamping pemberitaan terkait dirinya di media online. Makalah ini menemukan bahwa

personal branding yang dilakukan Diana Rikasari melalui pemanfaatan media sosial dan pemberitaan di media online

dapat mempengaruhi dirinya menjadi seorang influencer. Semua itu dukung dengan elemen personal branding oleh

Montoya yang paling menonjol adalah specialisation dan karakteristik influencer oleh Zietek yang paling menonjol

adalah authenticity dan cocreation.

<hr>

ABSTRACT

ersonal branding is needed in order to differentiate someone from the others. As a fashion blogger, Diana Rikasari

is known quirky, colorful, playful and unique as her strong characteristic. Starting from building personal branding through blog, Diana then became an influencer and expanded her scope through Instagram. This paper analyzes the distinctive features built by Diana Rikasari to become a fashion influencer using studies on personal branding. By studies of personal branding, means identity that is attached in a person and packaged consistently with their characteristics, which can trigger other peoples emotional responses regarding the quality of their values. This nonscientific paper is a literature which studies on how Diana Rikasari can make her branding efforts through her social media channels. besides reviewing studies related to personal branding and the role of influencers in marketing, this paper also observes Diana Rikasaris blog and Instagram besides her image in online media. This paper discovers that Diana personal branding through social media and her image in online media can influence her to become an influencer. All of that is supported by personal branding element by Montoya which the most dominant are the specialisation and characteristic of influencer by Zietek which the most prominent are being authenticity and cocreation.