

Analisis Personal Branding Youtuber Asal Indonesia Melalui Instagram (Analisis Kasus Jerome Polin) = Personal Branding Analysis of Youtubers from Indonesia Through Instagram (Case Analysis of Jerome Polin)

Luthfia Putri Salsabilla, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525471&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini membahas tentang analisis kasus personal branding Jerome Polin. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara Jerome Polin dalam keberhasilannya membangun personal branding pada akun Instagramnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan kombinasi analisis literatur dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jerome Polin memiliki personal branding yang kuat karena telah menerapkan delapan konsep pembentukan personal branding. Analisis kasus ini menggunakan konsep personal branding the law of specialization (spesialisasi), the law of leadership (kepemimpinan), the law of personality (kepribadian), the law of distinctiveness (kekhususan), the law of visibility (visibilitas), the law of unity (kesatuan), the law of persistence (keteguhan), dan the law of goodwill (namat baik). Agar seseorang berhasil dalam membangun personal brandingnya setidaknya harus memiliki spesialisasi di bidang konten tertentu yang bermanfaat dan menarik bagi orang lain, jiwa kepemimpinan yang baik dan bertanggungjawab yang dapat memajukan yang dipimpin, kepribadian yang menyebabkan orang lain menjadi tertarik, kekhususan dalam penyampaian konten sehingga menarik dan tidak membosankan bagi orang lain, visibilitas yang dapat diukur sehingga dapat dilihat jumlah orang yang tertarik terhadap konten yang disampaikan, kesatuan antara kecerdasan dan prestasi di bidang tertentu yang menarik bagi orang lain, ketekunan dan niat baik dalam penyampaian kontennya sehingga orang lain menjadi tertarik.

.....This article discusses the case analysis of Jerome Polin's personal branding. The purpose of this study was to find out how Jerome Polin succeeded in building personal branding on his Instagram account. The used research method is a qualitative method with a combination of literature analysis and observation. The results of the study show that Jerome Polin has a strong personal branding because he has applied eight concepts of forming personal branding. This case analysis uses the concept of personal branding: the law of specialization, the law of leadership, the law of personality, the law of distinctiveness, the law of visibility, the law of unity, the law of persistence, and the law of goodwill. In order for someone to succeed in building their personal branding, they must at least have a specialization in certain content areas that are useful and interesting to others, a good and responsible leadership, a personality that causes other people to become interested, specificity in delivering content so that it is not boring for others, visibility that can be measured so that it can be seen the number of people who are interested, unity between intelligence and achievements, persistence and goodwill in delivering the content.