

Analisis Personal Branding Raffi Ahmad dalam Mengelola Reputasi di Media Sosial = Analysis of Raffi Ahmad's Personal Branding in Reputation Management on Social Media

Jeofanty Aisha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536681&lokasi=lokal>

Abstrak

Lanskap media sosial yang terus berkembang secara signifikan memengaruhi reputasi individu, berfungsi sebagai platform penting untuk membangun citra dan reputasi. Sebagai tanggapan, personal branding muncul sebagai upaya yang disengaja untuk menumbuhkan reputasi positif. Individu, termasuk selebriti Indonesia seperti Raffi Ahmad, memanfaatkan platform ini secara strategis. Melalui penggunaan media sosial yang konsisten, Raffi Ahmad dengan cermat mengembangkan personal branding sekaligus membentuk reputasinya. Penelitian ini mengkaji strategi personal branding yang dilakukan Raffi Ahmad untuk mengelola reputasinya di media sosial, khususnya di Instagram dan YouTube. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode tinjauan pustaka dan analisis konten, analisis ini mengungkap konsistensi Raffi Ahmad terhadap delapan prinsip personal branding yang dikemukakan Peter Montoya. Selain itu, Raffi menerapkan strategi manajemen reputasi yang menjadi landasan penerapan prinsip personal branding. Analisis ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan personal branding dan reputasi yang baik di media sosial, serta menunjukkan bagaimana upaya tersebut dapat membuka peluang unik bagi individu, seperti yang dicontohkan oleh pengalaman Raffi Ahmad

.....

The evolving landscape of social media significantly influences individuals' reputations, serving as a pivotal platform for image and reputation construction. In response, personal branding emerges as a deliberate endeavor to cultivate a positive reputation. Individuals, including Indonesian celebrities like Raffi Ahmad, leverage these platforms strategically. Through consistent use of social media, Raffi Ahmad meticulously developed his personal brand, concurrently shaping his reputation. This study scrutinizes the personal branding strategies employed by Raffi Ahmad to manage his reputation on social media, particularly on Instagram and YouTube. Employing a qualitative approach with literature review and content analysis methods, the analysis reveals Raffi Ahmad's adherence to the eight principles of personal branding proposed by Peter Montoya. Additionally, Raffi employs reputation management strategies, serving as a foundation for implementing personal branding principles. This analysis underscores the significance of adeptly managing personal branding and reputation on social media, showcasing how such efforts can unlock unique opportunities for individuals, exemplified by Raffi Ahmad's experiences.