

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi, terutama dalam penggunaan media baru mempengaruhi berbagai aspek komunikasi dan perkembangan cara berkomunikasi, termasuk dalam komunikasi pemasaran. Penggunaan media baru dalam komunikasi pemasaran dimanfaatkan oleh pebisnis untuk memasarkan produk-produknya dengan cara memposting konten melalui media sosial. Citra pebisnis yang terbentuk melalui postingan facebook ini menarik untuk diteliti karena dapat meningkatkan penjualan.

Dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif, peneliti mencoba menganalisis citra diri Dewa Eka Prayoga yang tercermin dari postingan-postingan di *fanpage*-nya. Mengacu pada teori pembentukan citra diri Peter Montoya, penelitian ini mengambil 8 kategori pembentuk citra diri, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, keterlihatan, kesatuan, keteguhan, dan niat baik. Analisis isi kuantitatif digunakan untuk melihat kategori apa saja yang muncul pada postingan *fanpage* Dewa Eka Prayoga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra diri Dewa Eka Prayoga terbentuk oleh kategori spesialisasi (61,4%), kepemimpinan (0,8%), Kepribadian (3,3%), Perbedaan (11,8%), keterlihatan (0%), kesatuan (3,3%), keteguhan (13,5%), dan niat baik (7,6%).

Kata kunci: *analisis isi kuantitatif, citra, komunikasi pemasaran, personal branding, dewa eka prayoga, fanpage facebook*

ABSTRACT

The development of communication technology, especially in the use of new media, affect the various aspect communication and the way of communication development, including marketing communication. The use of new media in marketing communication is used by businessman to marketing their products through posting the contents in social media. The image of businessman which constructed in their posts is interesting to be analysed because its can increase his sales.

By using the quantitative content analysis method, the researcher is trying to analyze the images of Dewa Eka Prayoga are displayed on his facebook fanpage posts. According to personal brand buildings theory by Peter Montoya, this research take 8 personal brand building's category, specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and good will. Quantitative content analysis is used to see categorys that appear in facebook fanpage posts of Dewa Eka Prayoga.

The results showed that personal brand of Dewa Eka Prayoga constructed by specialization (61,4%), leadership (0,8%), personality (3,3%), distinctiveness (11,8%), visibility (0%), unity (3,3%), persistence (13,5%%), and goodwill (7,6%) category.

Keyword: *quantitative content analysis, image, marketing communication, personal branding, dewa eka prayoga, facebook fanpage*