

ABSTRAK

Kesadaran dalam memanfaatkan teknologi – terutama media sosial – dalam membangun *brand* diri melalui *personal branding* dapat muncul pada diri siapa saja, baik itu dari para figur publik di bidangnya masing-masing, maupun dari kalangan masyarakat pada umumnya sekalipun. Salah satunya yang telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana membangun *personal brand* dan sekaligus berhasil, adalah Syahrini. Syahrini dikenal sebagai artis yang memiliki tingkat *awareness* yang tinggi pada media sosialnya. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana *personal branding* Syahrini di media sosial-nya, baik itu *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* pada kurun waktu satu periode selama tahun 2016. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis isi dalam prosesnya. Hasil penelitian ini didapatkan data bahwa terdapat *Eight Laws of Personal Branding* pada konten yang diunggah Syahrini di akun media sosial-nya.

Kata kunci: *Personal Branding, Personal Brand, Syahrini, Media Sosial, Analisis Isi*

ABSTRACT

Awareness in the use of technology - especially social media - in building a self brand through personal branding can appear in anyone, whether from the public figures, nor from the society in general. One of them who has taken advantage of social media for building successful personal brand is Syahrini. Syahrini is known as an artist who has a high level of awareness on her social media. This research want to know how does the Syahrini's personal branding in social media worked, whether in Facebook, Twitter, nor Instagram during on periode of 2016. This research is qualitative and use content analysis method. The results of this research found that there are Eight Laws of Personal Branding concept intheSyahrini's uploaded contents in her social media account.

Keywords: *Personal Branding, Personal Brand, Syahrini, Social Media, Content Analysis*