

ABSTRAK

Mohammad Haidar Rafif Emiraldy: PERSONAL BRANDING BIMA ARYA SUGIARTO MELALUI INSTAGRAM (Studi Deskriptif: Bima Arya Sugiarto dalam Membangun Personal Branding Sebagai Wali Kota Bogor Periode 2019-2023)

Di era digital saat ini banyak masyarakat yang menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial digunakan oleh semua kalangan dan jangkauannya pun lebih luas. Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial untuk mencari tempat hiburan dan juga terdapat masyarakat yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk membangun *personal branding*. Salah satu media sosial yang ramai digunakan adalah instagram. Sudah banyak masyarakat yang memanfaatkan instagram untuk membangun *personal branding* seperti pejabat daerah salah satunya adalah walikota Bogor Bima Arya Sugiarto yang memanfaatkan instagramnya untuk membangun *personal branding*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Spesialisasi (*The Law of Specialization*) Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) Kepribadian (*The Law of Personality*) Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*) Terlihat (*The Law of Visibility*) Kesatuan (*The Law of Unity*) Keteguhan (*The Law of Persistence*) Niat Baik (*The Law of Goodwill*) dari Peter Montoya.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan interpretif dan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan data primer dan data sekunder dan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* Bima Arya Sugiarto di instagram memenuhi konsep *personal branding* dari Peter Montoya yaitu: 1.) Spesialisasi (*The Law Of Specialization*): Bima Arya Sugiarto memiliki kemampuan sebagai Pemimpin Out Of The Box Muda Dan Kekinian 2.) Kepemimpinan (*The Law of Leadership*): Bima Arya Sugiarto di percaya menjadi Ketua Dewan pengurus APEKSI atas kemampuan yang di miliki 3.) Kepribadian (*The Law of Personality*); pemimpin yang pandai dan cerdas dalam menyesuaikan diri dengan kondisi dan situasi 4.) Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*): walikota yang hobi berolahraga sambil blusukan ke warga dan bergaya smart casual. 5.) Kenampakan (*The Law of Visibility*): menunjukkan kegiatan sebagai walikota di media instagram. 6.) Kesatuan (*The Law of Unity*): lebih mengontrol perilaku sikap karnasudah menjadi walikota dan public figur 7.) Keteguhan (*The Law of Persistence*): menunjukan dan meinformasikan kegiatan sebagai walikota di setiap saat kepada masyarakat di media instagram 8.) Maksud baik (*The Law of Goodwill*): yaitu selalu meninjau langsung kegiatan pembangunan sedang belangsung dan menepati janjinya.

Kata Kunci: *Personal branding, Instagram, Bima*