

Strategi *Personal Branding* @Fandikjhepler di Platform Media Sosial Instagram

Alfi Kirom Romadhon dan Aatika Shakila Salsabila

Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel,
Jalan Ahmad Yani No. 117 Surabaya, 602111, Jawa Timur, Indonesia.
(0811-3060-117)

E-mail :

alfikirom123@gmail.com aatikashakila@gmail.com

Abstract

This study aims to deeply understand the strategies used by @fandikjhepler in building his personal branding on his Instagram account and to study the planning carried out by @fandikjhepler before launching personal branding on his Instagram account. The research approach in this study uses a qualitative approach. Through this descriptive analysis, researchers can identify themes, patterns, and relationships that emerge from the data collected, resulting in comprehensive insights into the topic being studied. The results of the study show that @fandikjhepler uses a strategic and consistent approach in building personal branding on Instagram, including through content that is relevant to the target audience, attractive visuals, and active interaction with his followers. The planning carried out involves in-depth research on the audience and emerging trends, as well as the application of digital marketing principles to create an authentic and credible image..

Keywords: *Personal branding, social media, instagram, strategy*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi yang digunakan oleh @fandikjhepler dalam membangun *personal branding*-nya di akun Instagram dan untuk mempelajari perencanaan yang dilakukan oleh @fandikjhepler sebelum meluncurkan *personal branding* di akun Instagram. Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Melalui analisis deskriptif ini, peneliti dapat mengidentifikasi tema, pola, dan hubungan yang muncul dari data yang dikumpulkan, sehingga menghasilkan wawasan yang komprehensif tentang topik yang sedang dipelajari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @fandikjhepler menggunakan pendekatan yang strategis dan konsisten dalam membangun *personal branding* di Instagram, termasuk melalui konten yang relevan dengan target audiens, visual yang menarik, serta interaksi yang aktif dengan pengikutnya. Perencanaan yang dilakukan melibatkan riset mendalam tentang audiens dan tren yang sedang berkembang, serta penerapan prinsip-prinsip pemasaran digital untuk menciptakan citra yang autentik dan kredibel

Kata Kunci: *Personal branding, media sosial, instagram, strategi*

1. Pendahuluan

Komunikasi merupakan proses yang tak terjadi dalam kehidupan manusia, yang didalamnya memungkinkan pertukaran informasi, ide, dan emosi antara individu atau kelompok. Dalam konteks ini, media memiliki peran yang tak terbantahkan sebagai alat yang memfasilitasi proses komunikasi ini. Media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk opini, penghibur, dan pendidik. Melalui berbagai platformnya seperti televisi, radio, internet, dan media sosial, media menyediakan akses yang luas terhadap informasi dan memengaruhi persepsi serta perilaku masyarakat. Dalam dunia yang semakin terhubung, media menjadi tulang punggung komunikasi antarpribadi, memungkinkan individu untuk berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung. Dengan kemampuannya untuk menjangkau khalayak yang besar. Peran media sebagai alat komunikasi sangat vital dalam membentuk dan mengarahkan arus informasi dan komunikasi dalam masyarakat modern. Salah satu media tersebut yang saat ini banyak kita rasakan adalah media sosial. Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara online. Media sosial juga dapat diartikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas

untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi. Media Sosial tersebut mencakup berbagai situs web dan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam komunikasi dua arah, termasuk platform yang banyak digunakan saat ini seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan masih banyak lagi. Platform tersebut memfasilitasi berbagai jenis interaksi, termasuk berbagi foto dan video, mengirim pesan langsung, membuat posting teks, berpartisipasi dalam forum diskusi, dan lainnya. Untuk saat ini media sosial Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang cukup populer dan digunakan berbagai kalangan masyarakat. Media Sosial Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer dan digunakan oleh berbagai kalangan di seluruh dunia. Dengan fitur-fitur seperti berbagi foto dan video, cerita, dan fitur pesan langsung, Instagram telah menjadi tempat bagi individu, bisnis, selebriti, dan organisasi untuk berinteraksi dan berbagi konten. Salah satu fitur utama Instagram adalah kemampuan untuk membagikan foto dan video, yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan kepribadian, minat, dan gaya hidup mereka kepada pengikut mereka. Selain itu, fitur-fitur lainnya seperti IGTV memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video konten yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka.

Instagram sangat memungkinkan individu untuk mengontrol narasi mereka sendiri, memperluas jangkauan mereka, dan membangun hubungan dengan pengikut mereka. Oleh karena itu media sosial Instagram dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk membangun *personal branding*. *Personal branding* adalah proses membangun dan mengelola citra diri seseorang sebagai merek. Ini melibatkan penggunaan strategis dari berbagai platform dan alat komunikasi untuk membentuk persepsi yang diinginkan oleh orang lain tentang diri kita. *Personal branding* bukan hanya tentang bagaimana kita terlihat secara fisik, tetapi juga tentang bagaimana kita berbicara, bertindak, dan berinteraksi dengan orang lain. Tujuannya adalah untuk membedakan diri dari yang lain, menonjolkan keahlian, kepribadian, dan nilai-nilai yang unik, serta membangun reputasi yang positif dalam bidang tertentu. Ini dapat mencakup pembuatan dan pengelolaan profil media sosial, penulisan blog atau artikel, kegiatan sukarela, pemaparan di acara atau konferensi, dan berbagai bentuk promosi diri lainnya. Dengan membangun *personal branding* yang kuat, seseorang dapat meningkatkan peluang karir, memperluas jaringan profesional, dan mencapai kesuksesan dalam berbagai aspek kehidupan. Pada penelitian ini, penulis tertarik untuk membahas *personal branding* content creator

@Fandikjhepler Di Platform Media Sosial Instagram. @fandikjhepler pada akun @Fandikjhepler, seorang content creator dengan dia adalah seorang mahasiswa latar belakang sebagai komedian berasal dari kota Surabaya. @Fandikjhepler mulai membuat konten Instagram berupa video reels sejak tahun 2023 yang saat ini @Fandikjhepler telah memiliki 4.050 pengikut. @Fandikjhepler yang memiliki latar belakang sebagai komedian, berhasil membangun *personal branding* yang kuat di platform media sosial Instagram dengan fokus pada konten-konten yang menghibur dan menginspirasi tentang kehidupan kampus di UINSA. Dengan memanfaatkan keahliannya dalam humor, Fandi mampu menghadirkan konten yang lucu, kreatif, dan relevan dengan kehidupan mahasiswa UINSA, sebagai strategi dalam menciptakan ikatan emosional dengan audiensnya. Melalui penggunaan cerdas dari caption yang menghibur dan gambar-gambar yang menarik, ia berhasil menarik perhatian pengikutnya dan membangun komunitas yang aktif di sekitar konten-konten tersebut. Selain itu, interaksi aktif dengan pengikut, seperti merespons komentar dan mengadakan sesi tanya jawab, membantu memperkuat keterlibatan dan kepercayaan pengikutnya terhadapnya. Dengan konsistensi, kreativitas, dan pemahaman yang mendalam tentang audiensnya, @Fandikjhepler telah berhasil

menciptakan *personal branding* yang kuat sebagai pembuat konten yang lucu dan inspiratif tentang kehidupan kampus di UINSA. Maka dari itu peneliti ingin meneliti *Personal branding @Fandikjhepler* Di Platform Media Sosial Instagram Sebagai Content Creator Kampus UINSA untuk memahami secara lebih dalam bagaimana fandi membangun *personal branding*. Pada penelitian yang saya lakukan saat ini, terdapat dua penelitian terdahulu yang saya jadikan patokan dalam penelitian ini, yakni penelitian yang dilakukan oleh Selly Septia Kurniati, Dini Valdiani, Dkk dengan judul “Analisis *Personal branding* Fadil Jaidi Di Media Sosial (Studi Kasus Konten Instagram, Tik Tok, Dan Youtube)” yang memiliki hasil bahwa Fadil Jaidi menunjukkan dominan dalam *personal branding*nya melalui media sosial dengan memperlihatkan keaslian, integritas, konsistensi, keahlian khusus, otoritas, keunikan, keberadaan yang terlihat, ketekunan, kebaikan, dan hasil kinerja. Penelitian kedua, dilakukan oleh Brian Taufiqurahman, dan Fajar Junaedi dengan judul “*Personal branding* Arief Budiman sebagai Foodgram Dalam Akun Instagram @kulineryogya” yang memiliki hasil bahwa Arief Budiman berhasil menjangkau dimensi dimensi penting dalam *personal branding*, termasuk hukum visibilitas, hukum ketekunan, hukum kepemimpinan, dan hukum kepribadian.

Keterampilan khusus ini menjadi titik penjualan unik yang membedakannya dari akun-akun foodgram lainnya. Selain itu, spesialisasi yang kuat ini dikembangkan lebih lanjut ke arah kredibilitas, di mana Arief Budiman menunjukkan kompetensinya dalam berbagai aspek kuliner dan hal-hal terkait. Kredibilitas ini disampaikan dengan pendekatan personal yang ramah, yang merupakan kunci penting dalam berinteraksi dengan audiens di platform Instagram. Dalam penyampaian *personal branding* yang dilakukan oleh @Fandikjhepler.

pada akun @Fandikjhepler peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana strategi *personal branding*nya, bagaimana perencanaannya dalam membentuk *personal branding*, serta bagaimana proses penyampaian pesan dalam membentuk *personal branding* yang dilakukan oleh @Fandikjhepler.

di akun Instagramnya sehingga menarik minat masyarakat. Maka peneliti merumuskan sebuah judul penelitian “*Personal branding @Fandikjhepler* Di Platform Media Sosial Instagram” dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan, perencanaannya, serta proses penyampaian pesannya yang dilakukan oleh @Fandikjhepler di akun Instagram dalam membentuk *personal branding*. Dalam penelitian kali ini penulis akan memaparkan tentang analisis *personal*

branding @Fandikjhepler menggunakan teori The Eight Law Of *Personal branding* yang dikemukakan oleh Peter Montoya, selain itu penulis juga ingin memaparkan satu hal yang menarik yang belum ada pada penelitian sebelumnya, yakni bagaimana pemanfaatan sosial media Instagram dalam membangun *personal branding* komedian yang sukses membranding dirinya sebagai seniman dan influencer melalui akun Instagram @Fandikjhepler.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Personal branding adalah metode yang digunakan seseorang untuk menampilkan dirinya di platform media sosial, mencakup berbagai aspek seperti kepribadian, keahlian, dan ciri khas unik yang membedakannya dari orang lain. Proses ini bertujuan untuk menciptakan persepsi positif di benak audiens, yang pada akhirnya dapat mendorong mereka untuk mengikuti akun tersebut dan memanfaatkan jasa atau produk yang ditawarkan. *Personal branding* yang efektif memungkinkan individu untuk membangun citra diri yang kuat dan terpercaya, yang kemudian dapat digunakan untuk mempengaruhi dan menarik perhatian orang lain. Selain menjadi alat penting untuk pengembangan diri, *personal branding* juga dimanfaatkan dalam strategi bisnis. Dalam tren

pemasaran modern, banyak perusahaan yang memilih untuk bekerja sama dengan influencer yang memiliki *personal branding* kuat dan positif. Influencer ini memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pengikut mereka karena kepercayaan yang telah dibangun melalui konten yang konsisten dan autentik. Ketika seorang influencer mempromosikan suatu produk, pengikut mereka cenderung terpengaruh untuk membeli produk tersebut, seringkali tanpa ragu, karena mereka mempercayai rekomendasi dari sosok yang mereka ikuti dan kagumi. Menurut Peter Montoya dalam bukunya "The *Personal branding* Phenomenon" (2002), delapan hukum *personal branding* adalah panduan penting untuk membangun dan memperkuat citra diri seseorang. Spesialisasi menekankan pentingnya fokus pada keahlian, kekuatan, dan pencapaian tertentu, memungkinkan individu untuk menonjol dalam bidang spesifik seperti kemampuan, perilaku, gaya hidup, misi, produk, profesi, dan layanan. Kepemimpinan menegaskan bahwa *personal branding* yang kuat, dipadukan dengan kekuasaan dan kredibilitas, menjadikan seseorang sebagai pemimpin yang dihormati karena kesempurnaan di bidangnya. Kepribadian menggarisbawahi pentingnya menjadi autentik, di mana individu menunjukkan diri mereka apa adanya dengan segala ketidak

sempurnaan, sehingga mengurangi tekanan dari tuntutan untuk menjadi sempurna

3. Objek dan Metode Penelitian (jika artikel merupakan hasil riset).

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian dilakukan. Menurut pendapat Moleong, metode deskriptif dalam pendekatan kualitatif berarti peneliti menganalisis data yang dikumpulkan, rekaman video, dokumen pribadi, catatan atau memo, serta dokumen resmi lainnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengamati, mencatat, dan menganalisis fenomena sosial dalam konteks yang kompleks dan alami, memberikan penekanan pada proses dan makna yang terkait dengan tindakan manusia. Dengan demikian, penelitian kualitatif berusaha memahami perspektif subjek penelitian secara mendalam dan memberikan penjelasan yang kaya dan mendetail mengenai konteks dan dinamika yang mendasari perilaku, sikap, dan interaksi sosial. Melalui analisis deskriptif ini, peneliti dapat mengidentifikasi tema, pola, dan hubungan yang muncul dari data yang dikumpulkan, sehingga menghasilkan

wawasan yang komprehensif tentang topik yang sedang dipelajari.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Deskripsi Gambaran Umum (Strategi *Personal branding* @Fandikjhepler)

Pada penelitian mengenai strategi *personal branding* @fandikjhepler di platform media sosial Instagram, subjek penelitiannya adalah @fandikjhepler Kurniawan. Hasil penelitian ini diperoleh melalui proses wawancara. Agar hasil penelitian ini menjadi lebih akurat dan mendalam, subjek penelitian perlu dideskripsikan secara rinci. Berikut adalah profil @fandikjhepler Kurniawan yang merupakan subjek sekaligus informan yang memberikan jawaban atas permasalahan dalam penelitian ini.

Ahmad Fandi Kurniawan adalah seorang influencer muda yang dikenal berkat latar belakangnya sebagai komedian. Saat ini, ia sedang menempuh pendidikan di bangku perkuliahan program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Fandi, sapaan akrabnya, mulai dikenal luas di media sosial karena kemampuannya menghadirkan konten komedi yang segar dan menghibur. Melalui berbagai platform, ia sering membagikan video reaction kampus, pantun, dan stand-up comedy yang berhasil mengundang tawa banyak orang. Kreativitas dan keunikannya dalam mengolah

materi komedi membuatnya memiliki banyak penggemar setia. Selain aktif di dunia hiburan, @Fandikjhepler juga menunjukkan dedikasi yang tinggi terhadap pendidikannya. Di kampus, ia dikenal sebagai mahasiswa yang aktif dan berprestasi. Studi di bidang Ilmu Komunikasi mendukungnya dalam mengasah kemampuan komunikasi dan interaksinya, yang sangat berguna dalam kariernya sebagai influencer dan komedian.

Dengan kombinasi antara komedi dan ilmu komunikasi, Fandi berpotensi untuk terus berkembang dan memberikan pengaruh positif di masyarakat. Pengalaman akademisnya di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menjadi modal berharga dalam mendukung kiprah dan kariernya di dunia hiburan serta media sosial.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Strategi *Personal branding* yang Dilakukan Oleh @fandikjhepler Di Akun Instagram

Personal branding bagi seorang influencer sangatlah penting karena dengan membangun citra diri yang kuat, seorang influencer dapat memperluas jaringannya, meningkatkan visibilitas, dan memberikan dampak yang lebih besar bagi banyak orang. Proses membangun *personal branding* ini melibatkan banyak aspek, mulai dari menentukan nilai-nilai dan pesan yang ingin disampaikan, konsistensi dalam konten yang

diproduksi, hingga interaksi dengan pengikut dan komunitas. Dengan *personal branding* yang efektif, seorang influencer mampu menciptakan kesan yang konsisten dan autentik yang tidak hanya menarik lebih banyak pengikut, tetapi juga membuka lebih banyak peluang kolaborasi dengan berbagai pihak seperti merek, perusahaan, dan organisasi non-profit. Sebagai hasilnya, mereka bisa mendapatkan lebih banyak sponsor dan kemitraan yang dapat meningkatkan kredibilitas serta daya tarik mereka di mata audiens.

@fandikjhepler Kurniawan merupakan seorang influencer yang berlatar belakang sebagai komedian. Dengan 4.296 pengikut di platform media sosial Instagram dan menggunakan username @Fandikjhepler, @fandikjhepler berasal dari kota Surabaya. Saat ini, dia sedang menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dengan latar belakangnya sebagai komedian, @Fandikjhepler berhasil mengemas kontennya dengan sentuhan humor yang khas, yang tidak hanya menghibur tetapi juga memperkenalkan berbagai aspek dari kampusnya melalui platform Instagram. Membangun *personal branding* di platform media sosial merupakan salah satu cara memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada. Lewat media sosial, kita bisa melihat bagaimana cerminan seseorang sebelum

menemuinya secara langsung. *Personal branding* yang kuat memungkinkan @Fandikjhepler untuk menunjukkan kepribadian dan nilai-nilai yang ia miliki kepada pengikutnya. Ini membantu dalam menciptakan koneksi yang lebih mendalam dan autentik dengan audiens.

Dengan menggunakan komedi sebagai alat utama dalam kontennya, @Fandikjhepler tidak hanya menarik perhatian banyak orang tetapi juga memberikan nilai tambah dengan menyajikan informasi yang bermanfaat dalam bentuk yang menyenangkan. Ini membantunya membangun hubungan yang lebih erat dengan pengikutnya, yang pada gilirannya memperluas jaringannya dan meningkatkan pengaruhnya sebagai seorang influencer. sesuai hasil wawancara yang dilakukan penulis, Fandi mengatakan “Strategi penyampaian pesan yang saya gunakan adalah melalui unsur komedi dan diperhalus, karena menurut saya lewat komedi kita dapat mencairkan sesuatu dan dapat menyampaikan lebih baik”.

Strategi *personal branding* yang diterapkan oleh @fandikjhepler Kurniawan, yang dikenal di Instagram dengan username @Fandikjhepler, berfokus pada aspek yang paling dekat dengan kehidupannya, yaitu perannya sebagai mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA). @Fandikjhepler memiliki motivasi

untuk membentuk citra bahwa UINSA tidak hanya unggul dalam hal ilmu agama, tetapi juga memiliki sisi lain yang menarik dan menyenangkan. Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis Fandi juga mengatakan “saya ingin tampil berbeda yaitu dengan menambahkan unsur komedi pada *personal branding* saya agar UIN yang selama ini mungkin dikenal sangat islami, mungkin pandangan masyarakat luar setelah melihat konten-konten saya menjadi sedikit terbuka”

Untuk mencapai tujuannya, @Fandikjhepler memilih untuk tampil berbeda dengan menambahkan unsur komedi dalam *personal branding*-nya. Dengan sentuhan humor, ia mengemas konten-kontennya di Instagram sehingga menjadi lebih menarik dan menghibur. Strategi ini diharapkan dapat mengubah pandangan masyarakat luar terhadap UINSA, yang mungkin selama ini dikenal sangat islami, menjadi lebih terbuka dan beragam.

Dengan pendekatan ini, Fandi berharap masyarakat bisa melihat UINSA dari perspektif yang berbeda, di mana kampus ini tidak hanya tempat untuk belajar agama tetapi juga tempat di mana kreativitas dan keceriaan dapat berkembang. Melalui konten-konten yang lucu dan menghibur, ia berusaha untuk menunjukkan bahwa mahasiswa UINSA juga memiliki bakat dan kemampuan dalam bidang

lain, seperti komedi. Selain itu, dengan menonjolkan sisi komedi, @ Fandikjhepler.

Secara keseluruhan, strategi *personal branding* yang diadopsi oleh Fandi menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan elemen yang dekat dengan kehidupan sehari-hari dan menambahkan sentuhan pribadi seperti humor, seorang influencer dapat membentuk citra yang kuat dan autentik, serta mengubah persepsi publik dengan cara yang positif dan kreatif.

Dari sekian banyak influencer yang ada di media sosial, masing-masing dari mereka memiliki ciri khas yang diingat oleh pengikutnya dan membuat orang tertarik untuk mengikuti konten-konten yang mereka unggah. Ciri khas ini bisa terbentuk secara sengaja maupun tidak sengaja. Pembentukan ciri khas secara sengaja dilakukan dengan strategi dan perencanaan yang matang. Influencer dapat memilih bidang tertentu, mengembangkan gaya konten yang unik, menampilkan kepribadian yang khas, serta menentukan target audiens yang ingin mereka tuju. Misalnya, seorang influencer bisa memutuskan untuk fokus pada konten kecantikan dengan gaya yang elegan dan profesional, sambil menargetkan wanita muda yang tertarik pada fashion dan make-up. Di sisi lain, ciri khas yang tidak sengaja bisa terbentuk secara alami melalui pengalaman hidup dan interaksi sehari-hari dengan orang lain.

Pengalaman-pengalaman ini dapat membentuk kepribadian, gaya, dan nilai-nilai yang dipegang oleh seorang influencer. Misalnya, seorang influencer yang sering berinteraksi dengan komunitas tertentu mungkin secara alami mengembangkan gaya komunikasi yang khas dan nilai-nilai yang mencerminkan komunitas tersebut.

Dalam konteks ini, @fandikjhepler Kurniawan, yang dikenal dengan username @Fandikjhepler di Instagram, telah memilih untuk membentuk ciri khasnya secara sengaja. Sebagai seorang mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA) dan seorang komedian, @ Fandikjhepler menggabungkan unsur-unsur dari kehidupan akademiknya dengan komedi. Strategi ini memungkinkan @Fandikjhepler untuk menonjol di antara influencer lainnya dengan menghadirkan konten yang menghibur sambil tetap memberikan informasi tentang kehidupan di UINSA.

Dengan pendekatan ini, Fandi tidak hanya membentuk citra dirinya sebagai komedian yang cerdas dan kreatif, tetapi juga membantu mengubah pandangan masyarakat tentang UINSA. Ia menunjukkan bahwa mahasiswa di kampus tersebut memiliki beragam minat dan bakat, termasuk dalam bidang komedi. Secara keseluruhan, pembentukan ciri khas adalah elemen kunci dalam strategi *personal branding* seorang influencer. Baik melalui perencanaan

yang sengaja maupun pengalaman yang alami, ciri khas inilah yang membuat seorang influencer dapat dikenali, diingat, dan diikuti oleh banyak orang di media sosial.

Sebagai seorang influencer, membangun interaksi yang baik dengan para pengikut adalah kunci utama untuk mencapai kesuksesan. Interaksi yang positif dan aktif dapat meningkatkan loyalitas pengikut, memperluas jangkauan, dan memperkuat hubungan dengan audiens. Untuk membangun interaksi yang efektif, influencer dapat memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh platform media sosial.

@fandikjhepler Kurniawan, yang dikenal dengan username @Fandikjhepler di Instagram, memahami pentingnya berinteraksi dengan pengikutnya. Dia memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk meningkatkan interaktivitas dengan pengikutnya. Beberapa fitur yang sering digunakan @ Fandikjhepler. antara lain, fitur Q&A (Questions and Answers) memungkinkan @ Fandikjhepler. mengajak pengikutnya untuk bertanya tentang berbagai hal, mulai dari kehidupan sehari-harinya hingga topik-topik tertentu yang mereka minati. Ini tidak hanya membantu dalam membangun hubungan yang lebih personal tetapi juga memberikan kesempatan bagi pengikutnya untuk merasa lebih dekat dan terlibat langsung.

Melalui sesi live streaming, Fandi dapat berinteraksi secara real-time dengan pengikutnya. Sesi live ini bisa digunakan untuk berbagai kegiatan, seperti diskusi santai, berbagi pengalaman, atau memberikan update tentang kegiatan terbaru. Live streaming memungkinkan @ Fandikjhepler. untuk menunjukkan sisi autentik dirinya dan menjawab pertanyaan atau tanggapan secara langsung. Fitur Reels memungkinkan @ Fandikjhepler. untuk membuat konten video pendek yang kreatif dan menghibur. Melalui Reels, ia dapat menampilkan berbagai aspek kehidupannya sebagai mahasiswa dan komedian dengan cara yang menarik dan mudah diakses oleh pengikutnya. Reels juga sering digunakan untuk mengikuti tren terbaru yang dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan. @Fandikjhepler.juga sering membalas komentar yang ditinggalkan pengikutnya pada postingan-postingannya. Selain itu, ia tidak jarang membalas pesan langsung (DM) dari pengikutnya. Dalam wawancara yang dilakukan penulis Fandi juga mengatakan “Sebisa mungkin saya sempatkan untuk membalas komentar DM yang saya dapat dari pengikut saya” Tindakan ini menunjukkan bahwa ia menghargai interaksi dan umpan balik dari pengikutnya, serta berusaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan personal.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, @Fandikjhepler.berhasil menciptakan lingkungan interaktif yang mendorong pengikutnya untuk lebih terlibat. Interaksi yang aktif ini tidak hanya memperkuat loyalitas pengikut tetapi juga meningkatkan citra dirinya sebagai influencer yang peduli dan responsif. Secara keseluruhan, strategi @Fandikjhepler. dalam membangun interaksi dengan pengikutnya melalui berbagai fitur Instagram menunjukkan betapa pentingnya komunikasi dua arah dalam membangun *personal branding* yang kuat dan sukses di media sosial. Dalam perencanaan jangka panjang, @Fandikjhepler. juga sudah memiliki strategi “Untuk next level, yang selama ini saya hanya membuat konten dalam lingkup kampusnya saja, mungkin untuk selanjutnya akan membuat konten yang bisa dikonsumsi masyarakat yang lebih umum lagi” ucap Fandi pada wawancara yang dilakukan penulis. Langkah untuk memperluas jangkauan konten dari lingkup kampus menjadi lebih luas untuk dikonsumsi oleh masyarakat umum adalah langkah yang menarik dan berpotensi membawa *personal branding* @Fandikjhepler. ke tingkat yang lebih tinggi. Dengan memperluas jangkauan konten, @Fandikjhepler. memiliki kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperoleh pengikut baru di luar lingkup kampusnya. Salah satu cara untuk

melakukan hal ini adalah dengan mengeksplorasi topik-topik yang relevan dan menarik bagi masyarakat umum. @Fandikjhepler. dapat mempertimbangkan untuk menciptakan konten-konten yang lebih bersifat universal, seperti humor sehari-hari, kisah-kisah inspiratif, atau tantangan-tantangan yang dapat dinikmati oleh semua orang, tidak hanya mereka yang berada dalam lingkup kampus. Dengan memperluas jangkauan konten ke masyarakat umum, @Fandikjhepler. dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan kesuksesan dalam karirnya sebagai seorang influencer. Dengan tetap berpegang pada nilai-nilai dan kepribadian uniknya, sambil terus mengembangkan kreativitas dan ketajamannya dalam menyampaikan pesan, dia dapat mencapai tingkat yang lebih tinggi dalam membangun *personal branding* yang kuat dan relevan di dunia digital.

2. Perencanaan *Personal branding* Yang Dilakukan Oleh @fandikjhepler Di Akun Instagram.

Personal branding memerlukan perencanaan yang matang untuk memastikan keberhasilannya. Dengan perencanaan, Anda bisa menjaga konsistensi dalam semua aspek branding, seperti pesan, visual, dan perilaku, yang penting untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas. Perencanaan juga membantu menetapkan tujuan yang jelas dan spesifik,

mengarahkan upaya dan strategi branding sesuai dengan target yang ingin dicapai, serta mengidentifikasi audiens yang tepat dan cara terbaik untuk menjangkau mereka. Selain itu, rencana yang baik mencakup indikator kinerja untuk mengukur kemajuan, memungkinkan evaluasi dan penyesuaian strategi jika diperlukan. Perencanaan juga mempersiapkan Anda untuk menghadapi tantangan dan hambatan yang mungkin muncul, serta membantu mengalokasikan sumber daya secara efisien, seperti waktu, tenaga, dan anggaran. Dengan demikian, perencanaan memastikan bahwa konten yang disampaikan relevan dan berkualitas, menjaga engagement dengan audiens tetap tinggi, dan mendukung pembangunan reputasi yang kuat dan positif.

@Fandikjhepler. memulai perencanaan *personal branding*nya dengan mengidentifikasi nilai-nilai inti dan tujuan pribadinya dengan seksama. Sebagai seorang mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA) dan komedian yang berbakat, @ Fandikjhepler. merenungi nilai-nilai yang paling mewakili dirinya secara autentik. Dia menyadari bahwa nilai-nilai seperti humor, pendidikan, kreativitas, dan keberagaman bukan hanya mencerminkan identitasnya, tetapi juga menjadi fondasi yang kuat bagi segala konten yang akan dia hasilkan. Dalam upayanya mencapai visi jangka panjangnya, @ Fandikjhepler. bercita-

cita menjadi lebih dari sekadar seorang entertainer. Dia ingin menjadi seorang influencer yang mampu memengaruhi positif kehidupan dan pandangan orang lain, menyajikan hiburan yang berkualitas sambil memberikan inspirasi dan informasi yang berharga kepada pengikutnya.

Dengan tujuan yang jelas di depan mata, @ Fandikjhepler. memetakan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk merealisasikan impian tersebut. Langkah-langkah tersebut tidak hanya mencakup pengembangan konten yang relevan dengan nilai-nilai yang dia anut, tetapi juga pemahaman yang mendalam tentang audiensnya yang dituju. @ Fandikjhepler. memahami bahwa untuk mencapai pengaruh yang signifikan, dia perlu membangun hubungan yang erat dengan pengikutnya. Oleh karena itu, dia memilih untuk merencanakan konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan dan pemahaman baru kepada mereka.

Dalam setiap langkah perjalanan menuju pencapaian tujuannya, @ Fandikjhepler. juga menyadari pentingnya kesinambungan. Dia menyadari bahwa perubahan yang signifikan memerlukan konsistensi dan dedikasi yang tinggi. Oleh karena itu, dia berkomitmen untuk menjaga konsistensi dalam jenis konten yang dia produksi. Lebih dari sekadar menyajikan hiburan, @ Fandikjhepler.

ingin menjadikan *personal branding*-nya sebagai sarana untuk menyebarkan kebaikan dan inspirasi kepada orang lain. Dengan kerendahan hati dan tekad yang kuat, dia siap menjalani perjalanan yang penuh tantangan menuju pencapaian tujuan yang mulia ini.

Langkah penting berikutnya dalam perencanaan *personal branding* @fandikjhepler adalah mengenali siapa target audiensnya dengan baik. Sebagai seorang mahasiswa dan komedian, @fandikjhepler memiliki peluang untuk menjangkau beragam kalangan, mulai dari sesama mahasiswa hingga anak muda yang tertarik pada humor dan pengetahuan. Bahkan, daya tarik kontennya mungkin juga meluas ke masyarakat umum yang mencari hiburan yang menghibur dan bermanfaat.

Untuk memahami audiensnya dengan lebih baik, @fandikjhepler perlu menggali lebih dalam tentang minat, dan kebutuhan pengikutnya. Ini bisa melibatkan analisis data demografis, survei pengikut, atau interaksi langsung untuk memahami apa yang mereka sukai, apa yang mereka cari, dan bagaimana preferensi mereka dalam konsumsi konten.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang siapa yang menjadi target audiensnya, @fandikjhepler dapat menyesuaikan pesan dan kontennya agar lebih relevan dan menarik bagi mereka. Misalnya, jika mayoritas pengikutnya adalah mahasiswa, Fandi bisa

mendalami konten yang berkaitan dengan tantangan dan pengalaman unik yang dimiliki mahasiswa, tips belajar yang efektif, atau pengalaman sehari-hari di lingkungan kampus. Selain itu, Fandi bisa menggabungkan unsur humor dalam kontennya untuk membuatnya lebih menarik dan mudah dicerna.

Dengan pendekatan yang disesuaikan untuk berinteraksi dengan audiensnya, @fandikjhepler dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan bermanfaat bagi mereka. Ini tidak hanya akan memperkuat hubungan antara Fandi dan pengikutnya, tetapi juga membantu meningkatkan loyalitas mereka. Dengan demikian, mengenali target audiensnya adalah langkah kunci dalam membangun *personal branding* yang kuat dan berkelanjutan bagi @fandikjhepler.

Untuk membangun interaksi yang baik dengan pengikutnya, @fandikjhepler Kurniawan harus memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh platform media sosial Instagram. Salah satu fitur yang sangat berguna adalah Q&A (Questions and Answers), di mana Fandi dapat mengajak pengikutnya untuk bertanya tentang berbagai hal, mulai dari kehidupan sehari-harinya hingga topik-topik tertentu yang menarik minat mereka. Dengan Q&A, Fandi tidak hanya memberikan kesempatan kepada pengikutnya untuk berpartisipasi secara aktif dalam kontennya, tetapi juga membangun

hubungan yang lebih personal dengan mereka. Pengikut merasa lebih dekat dan terlibat secara langsung, yang merupakan kunci untuk menciptakan komunitas yang kuat di sekitar *personal branding* Fandi.

Selain Q&A, sesi live streaming juga merupakan cara yang efektif bagi Fandi untuk berinteraksi secara real-time dengan pengikutnya. Melalui live streaming, Fandi dapat menjawab pertanyaan secara langsung, berbagi pengalaman, atau bahkan mengadakan acara-acara khusus seperti sesi tanya jawab langsung atau diskusi tentang topik-topik tertentu. Ini memberikan pengalaman yang lebih langsung dan intim kepada pengikut, meningkatkan keterlibatan mereka dan memperkuat ikatan antara Fandi dan komunitasnya.

Fitur Reels juga merupakan alat yang sangat berguna dalam membangun interaksi dengan pengikut. Reels memungkinkan Fandi untuk membuat konten video pendek yang kreatif dan menghibur, yang biasanya memiliki daya tarik yang tinggi di antara pengguna Instagram. Dengan membuat Reels yang menarik, Fandi dapat menarik perhatian pengikutnya dengan cara yang menyenangkan dan menarik. Selain itu, Reels juga dapat dengan mudah dibagikan oleh pengikut, memperluas jangkauan konten Fandi dan membantu membangun komunitas yang lebih besar di sekitar *personal branding*-nya.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini secara efektif, @fandikjhepler Kurniawan dapat memperkuat hubungan dengan pengikutnya, memperluas jangkauan kontennya, dan membangun komunitas yang kuat di sekitar *personal branding*-nya. Interaksi yang aktif dan berkelanjutan dengan pengikutnya adalah kunci untuk kesuksesan dalam membangun *personal branding* yang kuat dan berpengaruh di platform media sosial.

Konsistensi dan kualitas konten memainkan peran kunci dalam membangun *personal branding* yang sukses bagi @fandikjhepler Kurniawan. Fandi harus memastikan bahwa konten yang diunggahnya tidak hanya memiliki kualitas tinggi tetapi juga diposting secara konsisten. Konten yang berkualitas akan menarik lebih banyak pengikut dan menjaga minat mereka tetap terjaga, sementara konsistensi dalam posting membantu membangun kehadiran online yang stabil dan dapat diandalkan.

Untuk mencapai standar kualitas yang diinginkan, Fandi harus memperhatikan setiap detail konten yang dia hasilkan. Ini termasuk pemilihan topik yang relevan, penyampaian yang kreatif, penggunaan media yang menarik, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika dan nilai-nilai *personal branding* yang telah dia tentukan sebelumnya. Konten yang berkualitas akan meningkatkan reputasi dan kredibilitas Fandi sebagai influencer, serta

membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikutnya.

Selain itu, konsistensi dalam posting juga sangat penting. Fandi perlu merencanakan jadwal posting yang tetap dan memastikan kontennya diposting secara teratur sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, Fandi mengatakan “karena saya memiliki background sebagai stand up comedian yang membuat saya harus memastikan konten yang ia buat harus terlihat lucu terlebih dahulu” Hal ini tidak hanya membantu menjaga minat dan keterlibatan pengikut, tetapi juga menciptakan kesan bahwa Fandi adalah sosok yang dapat diandalkan dan konsisten dalam menyampaikan konten yang bermanfaat.

Dalam memastikan setiap konten memiliki nilai yang sesuai dengan brand yang ingin dibangun, Fandi harus terus mempertimbangkan tujuan dan nilai-nilai yang ingin dia sampaikan kepada audiensnya. Setiap konten yang diproduksi harus konsisten dengan citra dan pesan yang ingin dia bangun, serta memberikan nilai tambah bagi pengikutnya. Dengan demikian, konsistensi dan kualitas konten bukan hanya kunci untuk menarik lebih banyak pengikut, tetapi juga untuk memperkuat *personal branding* Fandi dan memperluas pengaruhnya sebagai seorang influencer yang berpengaruh.

Dalam setiap konten yang dibuat, pasti terdapat risiko tertentu yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, @fandikjhepler Kurniawan berupaya untuk lebih berhati-hati dalam proses pembuatan konten dengan menyaring kembali setiap ide dan konsep yang ingin dia publikasikan. Ini adalah langkah penting dalam menjaga reputasi dan kredibilitasnya sebagai seorang influencer.

Fandi menyadari bahwa setiap konten yang dipublikasikan akan dilihat dan dinilai oleh banyak orang, termasuk pengikutnya yang beragam. dalam wawancara yang dilakukan penulis, Fandi berkata “saya harus lebih berhati-hati dalam membuat konten dengan menyaring kembali apakah konten yang saya buat layak tayang atau tidak dan harus memiliki sense terhadap resiko ketika konten tersebut telah terpublish” Kesalahan dalam konten, baik itu informasi yang tidak akurat, nada yang tidak sesuai, atau materi yang dapat menyinggung, bisa berakibat negatif terhadap *personal branding* yang telah dia bangun dengan susah payah. Oleh karena itu, sebelum memutuskan untuk mempublikasikan konten, Fandi selalu melakukan tinjauan menyeluruh untuk memastikan bahwa konten tersebut layak dan sesuai dengan standar kualitas yang dia tetapkan.

Proses penyaringan ini melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, Fandi

memeriksa kembali fakta dan informasi yang dia sampaikan untuk memastikan akurasinya. Kedua, dia menilai nada dan bahasa yang digunakan untuk memastikan bahwa kontennya tidak menyinggung atau menimbulkan kontroversi yang tidak perlu. Ketiga, Fandi mempertimbangkan relevansi dan nilai dari konten tersebut bagi audiensnya, memastikan bahwa setiap postingan memberikan manfaat atau hiburan yang positif. Dengan pendekatan yang hati-hati dan terstruktur ini, Fandi dapat meminimalkan risiko yang terkait dengan publikasi konten. Langkah ini tidak hanya membantu menjaga citra dan integritasnya sebagai influencer, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengikutnya. Dengan demikian, Fandi dapat terus menghasilkan konten yang berkualitas dan bermanfaat, sambil tetap menjaga *personal branding* yang kuat dan positif.

3. Strategi Penyampaian Pesan *Personal branding* @fandikjhepler yang Dilakukan Di Akun Instagramnya

Strategi penyampaian pesan sangat penting dalam membentuk *personal branding* karena memastikan konsistensi, relevansi, dan diferensiasi dalam komunikasi. Dengan strategi yang baik, pesan yang disampaikan selalu konsisten dan tidak membingungkan audiens, sementara relevansi pesan dijaga dengan memahami kebutuhan dan keinginan audiens. Strategi ini juga membantu

menonjolkan nilai unik yang membedakan Anda dari pesaing, membangun koneksi emosional, dan memperkuat kepercayaan serta loyalitas audiens. Selain itu, strategi yang terarah memastikan bahwa tujuan dan misi *personal branding* disampaikan dengan jelas, menggunakan sumber daya secara efisien dan efektif, serta memungkinkan pengukuran dan evaluasi untuk perbaikan berkelanjutan. Dengan demikian, strategi penyampaian pesan yang terstruktur dan tepat sasaran menjadi kunci dalam membangun reputasi yang kuat, kredibilitas, dan hubungan yang bermakna dengan audiens. Dalam konteks *personal branding* @fandikjhepler Kurniawan, strategi penyampaian pesan menjadi fondasi utama dalam membangun citra dan reputasi yang diinginkan. Sebagai seorang influencer yang berlatar belakang sebagai mahasiswa dan komedian, @fandikjhepler perlu memastikan bahwa setiap pesan yang dia sampaikan melalui platform Instagramnya mencerminkan nilai-nilai inti yang ingin dia tonjolkan.

Pendekatan @fandikjhepler dalam penyampaian pesan melalui unsur komedi merupakan strategi yang cerdas dan efektif untuk membangun *personal branding* yang unik dan menarik. Dengan memanfaatkan humor, Fandi tidak hanya berhasil menghibur pengikutnya, tetapi juga menciptakan koneksi yang lebih kuat dan akrab dengan mereka. Komedi memiliki kekuatan untuk mencairkan

suasana dan membuat orang merasa lebih terhubung secara emosional. Dalam konteks *personal branding*, hal ini memungkinkan Fandi untuk menyampaikan pesan-pesan yang mungkin sulit dipahami atau diterima dengan lebih mudah. Melalui sentuhan humor, Fandi mampu membuat konten yang edukatif dan informatif menjadi lebih menghibur dan mudah dicerna oleh pengikutnya. Analogi dengan media politik yang saat ini banyak dikemas dengan unsur komedi juga menunjukkan relevansi dan keberhasilan pendekatan ini dalam mencapai audiens yang lebih luas. Komedi tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memungkinkan pesan-pesan yang serius atau kompleks untuk disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah diingat. Dengan demikian, melalui penggunaan komedi dalam penyampaian pesan, @fandikjhepler mampu menciptakan konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dan bermakna dengan pengikutnya, sambil memperkuat identitas dan reputasi *personal branding*nya sebagai seorang influencer yang kreatif dan berpengaruh.

pendekatan melalui seni, termasuk unsur komedi, telah menjadi strategi yang semakin populer dalam penyampaian pesan, termasuk dalam konteks dakwah dan pendidikan agama. Hal ini disebabkan oleh kemampuan seni untuk menyampaikan pesan dengan cara yang

lebih menarik, emosional, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk kaum milenial. Pada wawancara, Fandi juga berpendapat “namun justru pada era saat ini penyampaian sesuatu lebih mudah apabila dikemas melalui seni, bahkan dari zaman dahulu para wali juga dakwah melalui seni, dan sekarang juga mulai banyak tokoh agama yang berdakwah mengandung unsur komedi seperti habib jafar yang melakukan kolaborasi dengan komika-komika hingga dakwahnya mudah diterima, terutama dikalangan kaum milenial”. Dengan demikian, pendekatan melalui seni, termasuk unsur komedi, telah terbukti efektif dalam menyampaikan pesan-pesan kepada audiens modern, terutama kaum milenial. Ini menunjukkan pentingnya adaptasi dan inovasi dalam penyampaian pesan agar dapat tetap relevan dan berdampak positif dalam era yang terus berkembang ini.

Pendekatan @fandikjhepler dalam menentukan kesesuaian konten untuk dipublikasikan berdasarkan pada pendapatnya sendiri tentang humor dan kecocokannya dengan audiensnya. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip sederhana namun kuat: jika konten membuat Fandi tertawa dan merasa lucu, maka kemungkinan besar konten tersebut juga akan diterima oleh audiensnya. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, Fandi juga mengatakan “Untuk memastikan bahwa konten tersebut lucu, saya memiliki pendapat

bahwa apabila saya tertawa dan merasa lucu saat melihat konten yang saya buat, maka konten itu layak untuk dipublikasikan”

Pendekatan ini mencerminkan kepercayaan pada sense of humor pribadi sebagai pedoman utama dalam menciptakan konten yang berhasil. Sebagai seorang komedian dan influencer, @fandikjhepler memiliki pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan sensitivitas humor audiensnya. Dengan mengandalkan insting dan pengalaman pribadinya, Fandi dapat dengan mudah menilai apakah suatu konten memiliki potensi untuk sukses atau tidak. Selain itu, pendekatan ini juga mencerminkan kesadaran akan pentingnya autentisitas dalam *personal branding*. Dengan mempercayai reaksi dan penilaian pribadinya terhadap konten, Fandi menegaskan identitasnya sebagai seorang komedian yang jujur dan autentik. Hal ini membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan intim dengan pengikutnya, karena mereka merasa bahwa konten yang disajikan adalah representasi yang sebenarnya dari kepribadian dan selera humor Fandi.

Namun demikian, penting untuk diingat bahwa meskipun sense of humor pribadi merupakan panduan yang berharga, tetapi juga perlu disesuaikan dengan sensitivitas dan preferensi audiens yang lebih luas. Terkadang, konten yang lucu bagi Fandi mungkin tidak selalu cocok atau diterima oleh semua orang.

Oleh karena itu, selain mengandalkan insting pribadi, Fandi juga harus tetap mempertimbangkan umpan balik dan respons dari pengikutnya untuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan benar-benar menghibur dan bermanfaat bagi semua orang yang melihatnya. Dengan cara ini, ia dapat memastikan bahwa *personal branding*nya tetap konsisten dan relevan dengan harapan dan kebutuhan audiensnya.

Dalam dunia konten kreator, terutama dalam menghadapi respons netizen yang beragam terhadap konten yang dibuat. Memang benar bahwa dalam lingkungan digital, hampir semua konten kreator akan mengalami kritik atau tanggapan negatif dari sebagian netizen. Namun, yang menjadi kunci adalah cara konten kreator menanggapi hal tersebut. Dalam wawancara, Fandi juga berpendapat bahwa “kita juga harus melihat mayoritas respon netizen terhadap konten itu sendiri, semisal netizen yang kontra lebih sedikit, kita sebagai konten creator juga harus bisa bersifat budoamat, karena yang setuju lebih banyak daripada yang ga setuju” Melihat mayoritas respon netizen terhadap konten adalah langkah yang bijak. Jika mayoritas netizen memberikan respons positif atau setuju dengan konten yang dibuat, ini menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil mencapai tujuan dalam menarik perhatian dan meraih dukungan dari audiensnya. Tentu saja,

mengapresiasi dan memperhatikan respon positif tersebut penting untuk memperkuat hubungan antara konten kreator dan pengikutnya.

Namun demikian, sementara mayoritas respon netizen yang positif bisa menjadi indikator penting, tidak boleh diabaikan juga respon negatif atau kontra. Meskipun jumlahnya mungkin lebih sedikit, tanggapan negatif bisa memberikan wawasan berharga tentang area-area yang perlu diperbaiki atau dipertimbangkan lebih lanjut dalam konten yang dibuat. Ini bisa berupa masukan yang berharga untuk pengembangan diri sebagai konten kreator dan meningkatkan kualitas konten di masa mendatang. Selain itu, sikap bodoamat yang dijelaskan menggambarkan sikap yang sehat dan dewasa dalam menghadapi kritik atau tanggapan negatif dari netizen. Hal ini menunjukkan bahwa konten kreator tidak terlalu terpengaruh oleh pendapat negatif dan tetap fokus pada pencapaian tujuan dan kualitas konten yang telah ditetapkan. Namun demikian, sikap tersebut juga perlu diimbangi dengan kesediaan untuk belajar dan berkembang, serta menerima masukan-masukan konstruktif yang dapat meningkatkan kualitas konten secara keseluruhan. Dengan demikian, pendekatan yang mempertimbangkan mayoritas respon netizen, tetapi tetap terbuka terhadap masukan dan tanggapan negatif, serta memiliki sikap yang

dewasa dan terfokus pada pengembangan diri, merupakan langkah-langkah yang bijak dan seimbang dalam menghadapi tantangan dalam dunia konten kreator.

Sangatlah umum bagi para konten kreator, termasuk @fandikjhepler, untuk menghadapi komentar yang kontra atau kritik dari netizen. Hal ini merupakan bagian alami dari eksposur publik yang dimiliki oleh mereka dalam dunia digital. Pentingnya adalah bagaimana mereka merespons dan menanggapi kritik tersebut. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, Fandi juga mengaku tidak jarang mendapatkan komentar yang kontra “saya juga pernah mendapati komentar kontra, seperti “mas UIN kok gini” terutama saat mas fandi merubah warna rambutnya, banyak komentar “mahasiswa UIN kok semiran” seperti halnya konten kreator lainnya, kemungkinan telah mengalami berbagai macam komentar, baik positif maupun negatif, dalam perjalanan kariernya. Meskipun komentar yang kontra mungkin dapat menimbulkan rasa tidak nyaman atau bahkan menantang, tetapi hal ini juga dapat menjadi peluang untuk pertumbuhan pribadi dan profesional.

Dalam mengevaluasi konten yang Fandi buat, ia juga rutin untuk memantau insight yang ada pada sosial medianya “Saya juga rutin memantau insight pada sosial medianya untuk melihat reaksi dari orang sekitar” Pemantauan insight atau analisis data dari

platform media sosial merupakan langkah yang cerdas dan strategis yang dilakukan oleh @fandikjhepler. Dengan memantau insight, dia dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kontennya diterima oleh pengikutnya dan bagaimana konten tersebut berinteraksi dengan audiensnya.

Salah satu manfaat utama dari pemantauan insight adalah memungkinkan @fandikjhepler untuk melacak kinerja kontennya secara lebih terperinci. Dia dapat melihat metrik-metrik seperti jumlah tayangan, like, komentar, dan berbagi, serta demografi pengikutnya. Dengan demikian, dia dapat mengetahui jenis konten yang paling populer di antara pengikutnya dan memperoleh wawasan tentang apa yang mereka sukai atau tidak sukai. Selain itu, melalui pemantauan insight, @fandikjhepler juga dapat mengidentifikasi tren atau pola perilaku pengikutnya. Misalnya, dia dapat melihat apakah ada waktu tertentu di mana kontennya mendapatkan respons yang lebih baik, atau apakah ada jenis konten tertentu yang lebih sering dibagikan atau disukai oleh pengikutnya. Dengan memahami tren ini, dia dapat menyesuaikan strategi kontennya untuk mencapai dampak yang lebih besar. Dengan demikian, pemantauan insight merupakan alat yang sangat berharga bagi @fandikjhepler dalam mengelola dan meningkatkan kinerja kontennya di platform media sosial. Dengan

memanfaatkan data insight secara efektif, dia dapat memastikan bahwa kontennya tetap relevan, menarik, dan bermanfaat bagi pengikutnya, sambil terus memperkuat hubungan dan koneksi dengan audiensnya.

4. Perspektif Teori Komunikasi

Teori "The Eight Laws of *Personal branding*" yang dikemukakan oleh Peter Montoya memberikan panduan yang berharga dalam membangun *personal branding* yang kuat dan efektif. @fandikjhepler dapat memperkuat *personal branding*nya dengan menerapkan teori "The Eight Laws of *Personal branding*" yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Pertama-tama, spesialisasi menjadi kunci dalam membedakan dirinya di tengah keramaian. Dengan fokus pada aspek unik dari kehidupan kampus dan kepiawaiannya sebagai seorang komedian, dia dapat menonjolkan keahliannya yang khas dan memikat audiensnya. Selanjutnya, kontradiksi harus dihindari agar pesan yang disampaikan konsisten dan meyakinkan. @fandikjhepler perlu memastikan bahwa nilai-nilai yang dia promosikan melalui kontennya sejalan dengan tindakannya sehari-hari, menciptakan integritas yang kokoh.

Otonomi dan keaslian adalah prinsip berikutnya yang penting dalam membangun citra personal yang kuat. @fandikjhepler harus menjadi penggerak utama dalam pembentukan

citranya sendiri, tidak terpengaruh oleh opini orang lain, sementara tetap menampilkan kepribadiannya yang asli dan jujur. Daya tarik dan konsistensi juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan perhatian dan kepercayaan pengikutnya. Dengan memastikan kontennya menarik dan relevan, serta konsisten dalam nilai-nilai dan pesan yang dia sampaikan, @fandikjhepler dapat membangun hubungan yang erat dan berkelanjutan dengan audiensnya.

Terakhir, persistensi adalah hal yang tak terhindarkan dalam perjalanan menuju kesuksesan *personal branding*. @fandikjhepler perlu bertekad untuk terus menerus menciptakan konten berkualitas dan terlibat dengan pengikutnya secara aktif. Dengan tetap gigih dan tekun dalam upayanya, dia dapat memperluas dampaknya dan mencapai tujuan-tujuan yang dia tetapkan untuk dirinya sendiri. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, @fandikjhepler dapat memperkuat citra dan reputasinya sebagai seorang influencer yang otentik, menarik, dan relevan bagi audiensnya.

5. Perspektif Islam

Dalam membangun *personal branding*, seorang Muslim dituntut untuk menjaga integritas, kepemimpinan yang baik, dan keteladanan dalam segala aspek kehidupannya. Sebagai contoh, terdapat hadis yang

diriwayatkan oleh Abu Hurairah, Rasulullah Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya." (HR. Ahmad)

Dari hadis ini, kita bisa belajar bahwa dalam membangun *personal branding*, penting untuk fokus pada bagaimana kita bisa memberikan manfaat bagi orang lain. @fandikjhepler, sebagai seorang influencer, dapat mengambil inspirasi dari hadis ini dengan mengarahkan kontennya untuk memberikan manfaat, inspirasi, dan motivasi kepada pengikutnya. Dengan cara ini, dia tidak hanya memperkuat *personal branding*nya, tetapi juga menjalankan ajaran Islam yang mengutamakan kebaikan dan manfaat bagi sesama.

Selain itu, terdapat juga hadis yang mengajarkan tentang pentingnya berbuat baik kepada orang lain dalam segala hal, termasuk dalam komunikasi dan interaksi di media sosial. Rasulullah Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Tidaklah beriman salah seorang di antara kamu, sampai ia mencintai bagi saudaranya apa yang ia cintai bagi dirinya sendiri." (HR. Bukhari dan Muslim)

Dari hadis ini, @fandikjhepler dapat mengambil pelajaran penting tentang pentingnya sikap empati, kasih sayang, dan

persaudaraan dalam berinteraksi dengan pengikutnya di media sosial. Dengan menciptakan lingkungan yang penuh dengan kasih sayang dan saling menghormati, dia dapat membangun *personal branding* yang dihormati dan dicintai oleh banyak orang, sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong untuk saling mencintai dan mengasihi sesama.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Pentingnya *personal branding* bagi seorang influencer dalam memperluas jaringan, meningkatkan visibilitas, dan memberikan dampak yang lebih besar bagi pengikut dan komunitasnya. @fandikjhepler Kurniawan, seorang influencer dengan latar belakang sebagai seorang komedian dan mahasiswa, telah berhasil membangun *personal branding* yang unik dengan menggabungkan humor dalam kontennya. Melalui strategi ini, ia tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan informasi yang bermanfaat tentang kehidupan kampus, yang secara positif memengaruhi persepsi masyarakat tentang Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA). Pentingnya interaksi dengan pengikut juga disoroti, dan @fandikjhepler aktif berinteraksi melalui berbagai fitur di Instagram, seperti Q&A, live streaming, dan balasan komentar. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan yang lebih dekat dan personal dengan audiensnya, tetapi juga

meningkatkan kesan bahwa ia adalah seorang influencer yang peduli dan responsif. Selain itu, @fandikjhepler memiliki rencana untuk memperluas jangkauan kontennya dari lingkup kampus menjadi lebih luas untuk dikonsumsi oleh masyarakat umum. Langkah ini merupakan strategi yang cerdas untuk pertumbuhan dan kesuksesannya sebagai seorang influencer, karena membuka peluang baru untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperoleh pengikut baru di luar lingkup kampusnya. Dengan demikian, @fandikjhepler telah berhasil membangun *personal branding* yang kuat dan relevan di dunia digital, dengan potensi pertumbuhan yang signifikan di masa mendatang

Daftar Pustaka

- Ratu Mutialela Caropeboka, (Universitas Bina Darma Palembang)Hal 1.
- Yuni Fitriani, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KONTEN EDUKASI ATAU PEMBELAJARAN DIGITAL", *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, Vol. 5, No.4November2021
- Diana Amalia,Ghina Safira Dini,dkk, "ANALISIS PERSONAL BRANDING AKUN @SASHFIRDI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM", *Junal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 11 No 1 Tahun 2024 Hal.108-119
- Lidya Wati Evelina, "Model Komunikasi Personal Branding

Professional Selegram”, IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA, Vol. 6 (01), 2023, 1-12

Selly Septia Kurniati, Dini Valdiani, Dkk, “Analisis Personal Branding Fadil Jaidi Di Media Sosial (Studi Kasus Konten Instagram, Tik Tok, Dan Youtube), Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi Volume 6, Nomor 2, Oktober 2022, hlm 112 – 121

Hery, Manajemen Strategik, (Jakarta: PT Grasindo, 2018), hal. 66

Haroen, Personal Branding.

Peter Montoya dan Tim Vandehey, The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah (Peter Montoya Incorporated, 2002).

Diana Fitri Kusuma, Mohamad Syahriar Sugandi, “Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts”, JURNAL MANAJEMEN KOMUNIKASI, Vol 3, No 1 (2018)

Amanda Vivi Imawati, Ayu Wahyuni Solihah, dkk, “ANALISIS PERSONAL BRANDING FASHION BLOGGER DIANA RIKASARI”, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 5, No. 3 (2016)

DA Nurjannah, C Suratnoaji, “Strategi Personal Branding Bupati Kabupaten Pacitan@ inb_indratanurbayauji di Instagram”, NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, Vol 9 No7 Tahun 2022 Hal. : 2645-2649

Khabib Alia Akhmad, “Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kota Surakarta),” DutaCom 9, no. 1 (1 September 2015): 43–43.

A. V. Shutaleva, dkk, “Self-presentation in Instagram:

promotion of a personal brand in social networks”, Business Economics / JEL M12, M31, M37