

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mencari beberapa referensi penelitian terdahulu, sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian ini. Penelitian terdahulu yang memiliki focus penelitian yang sama sehingga dapat membantu peneliti dalam mengkaji dan membandingkan apakah terdapat kesamaan atau perbedaan dari penelitian ini. Peneliti menguraikan 3 penelitian terdahulu yang kurang lebih membahas tentang personal *branding* dalam media sosial Instagram. beberapa jurnal karya ilmiah dan skripsi yang dijadikan referensi adalah :

1. Hasil Penelitian Fadhila Fitro Furqon (2020)

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

“tabel beradsa pada halaman berikut”

Nama	Judul	Metode	Hasil
1. Fadhila Fitri Furqon	Personal <i>Branding</i> Andrea Gunawan Sebagai Lifestyle Influencer di Instagram	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan data kualitatif, dengan pengumpulan data berupa wawancara, studi pustaka, dan observasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi yang dimiliki Andrea dalam personal <i>branding</i> - nya adalah Andrea merupakan seorang sexual health activist, independent image consultant dan date coach yang memiliki ketrampilan dalam berkomunikasi, fotografi, dan juga desain.
2. Dini Salmiyah Fithrah & Dita Rachawati	Analisis Kriteria <i>Branding</i> selebgram Nonselebriti Akun Instagram @Lippielust	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan indikator 11 kriteria Authentic personal <i>branding</i> menurut Rampersad dengan pengumpulan data melalui wawancara,	Hasil penelitian ini Personal <i>branding</i> yang dilakukan Dini dan Dita memiliki kepribadian yang memiliki karakter, nilai- nilai, visi yang sesuai dengan ambisi pribadi, kode moral dan perilaku, konsisten, berfokus pada satu bidang, diakui dan berpengalaman, unik, terhubung dengan khalayak, memiliki hubungan yang baik dengan

3. Sella Efrida, Anisa Diniati	Pemanfaatan Fitur Media sosial Instagram dalam membangun <i>Personal Branding</i> Miss Internasional 2017	observasi, dan dokumentasi. Merode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.	partner pekerjaan, dan selalu melakukan perbaikan diri dalam akun Instagram @Lippielust. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kevin Liliana mendasari <i>personal branding</i> -nya secara authentic, dimana terdapat keselarasan antara apa yang ia tampilkan di media sosial dan kehidupan aslinya. <i>Personal branding</i> yang Kevin Liliana tampilkan sebagai Miss Internasional 2107 yaitu sebagai beauty queen yang soft, humble, dan menonjolkan sisi behaviornya.
--------------------------------	---	--	--

Sumber : Data olahan peneliti 2021

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fadhila Fitri Furqon dengan judul “ *Personal Branding* Andrea Gunawan Sebagai Lifestyle Influencer di Instagram ” . peneliti disini mencoba untuk mengetahui *personal branding* Andrea Gunawan sebagai lifestyle melalui media sosial Instagram. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan data kualitatif, dengan pengumpulan data berupa wawancara, studi pustaka, dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi yang dimiliki Andrea dalam *personal branding*-nya adalah Andrea merupakan seorang sexual

health activist, independent image consultant dan date coach yang memiliki ketrampilan dalam berkomunikasi, fotografi, dan juga desain.

Pada penelitian terdahulu ini memiliki persamaan dalam meneliti personal *branding* Influencer atau selebgram pada sosial media Instagram. namun yang membedakan adalah penelitian ini ingin mengetahui Analisis *personal branding* sebagai *lifestyle influencer* , kemudian objek penelitiannya juga berbeda yakni Andrea Gunawan sedangkan objek yang akan diteliti adalah analisis *personal branding* selebgram awkarin dalam media sosial *Instagram*.

2. Hasil penelitian Dini Salmiyah Fithrah & Dita Rachawati (2018)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dini Salmiyah Fithrah & Dita Rachawati dengan judul “Analisis Kriteria Personal *Branding* Selebgram NonselebriAkun Instagram @Lippielus” . peneliti disini mencoba membahas bagaimana kriteria Personal *Branding* selebgram nonselebri. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan indikator 11 kriteria Authentic Personal *Branding* menurut Rampersad dengan pengumpulan data berupa wawancara,observasi,dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini, Personal *Branding* yang dilakukan Dini dan Dita memiliki kepribadian yang memiliki karakter, nilai-nilai, visi yang sesuai dengan ambisi pribadi, kode moral dan perilaku, konsisten, berfokus pada satu bidang, diakui dan berpengalaman, unik, terhubung dengan khalayak, memiliki hubungan yang baik dengan partner pekerjaan,dan selalu melakukan perbaikan diri dalam akun Instagram @lippielust.

Pada penelitian terdahulu ini memiliki persamaan dalam meneliti personal *branding* selebgram pada media sosial Instagram. namun yang membedakan adalah penelitian ini adalah penelitian ini ingin mengetahui Kriteria *Personal Branding* Selebgram Nonselebri . sedangkan objek yang akan diteliti adalah analisis *personal branding* selebgram awkarin dalam media sosial *Instagram*.

3. Hasil Penelitian Sella Efrida, Anisa Diniati (2020)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sella Efrida, Anisa Diniati dengan judul “ Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram dalam membangun Personal *Branding* Miss Internasional 2017” peneliti disini mencoba membahas bagaimana cara membangun Personal *Branding* miss internasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.