



ANALISIS PERSONAL BRANDING AKUN @SASHFIR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Diana Amalia, Ghina Safira Dini, Nabila Aliefia Azzahra, Nadya Rizqillah Marsha

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis personal branding pada akun Instagram @shasfir. Personal branding adalah konsep penting dalam dunia media sosial, yang memungkinkan individu membangun citra mereka sendiri secara online. Dalam penelitian ini kami menganalisis akun Instagram @shasfir yang dikenal sebagai influencer di media sosial. Kami menggunakan analisis konten dan metode observasi visual untuk memahami bagaimana @shasfir membangun citra pribadinya di platform Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @shasfir menggunakan berbagai elemen seperti gaya pakaian, topik konten, filter foto, caption, dan interaksi dengan pengikutnya untuk membentuk citra diri yang konsisten dan menarik. Selain itu, ia juga memiliki penonton yang terlibat dan setia. Penelitian ini memberikan wawasan tentang strategi personal branding yang efektif di media sosial dan bagaimana influencer seperti @shasfir mengelola citra mereka untuk memengaruhi dan melibatkan audiens mereka.

Kata Kunci: Social Media, Personal Branding, Instagram.

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan media digital telah dibuktikan dengan adanya media baru yang semakin canggih. Perkembangan media digital adalah perkembangan yang terjadi dalam masyarakat yang dilengkapi dengan jaringan internet, perangkat digital, aplikasi atau platform digital, media sosial, dan mempromosikan segala aktivitas dan pekerjaan kehidupan

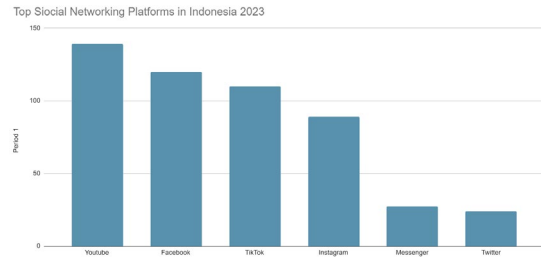
sehari-hari. Perkembangan media digital juga terus berlanjut seiring dengan perubahan dalam teknologi, perilaku pengguna, dan dinamika sosial. Perkembangan media digital telah membawa perubahan besar dalam cara kita berinteraksi dengan dunia dan satu sama lain.

Dari perkembangan digital ini, membuat manusia harus mampu mempelajari dan memahami lebih

banyak perubahan dan perkembangan yang ada. Bahkan dalam era digital yang semakin berkembang ini, media sosial telah menjadi sarana utama bagi individu untuk membangun citra diri atau yang lebih dikenal sebagai "personal branding." Perkembangan digital berdampak besar pada personal branding, dengan mengubah cara individu membangun, memelihara, dan memanfaatkan citra diri mereka.

Personal branding menjadi konsep yang sangat penting di era digital ini. Dalam dunia yang penuh persaingan seperti sekarang, individu harus memiliki identitas yang kuat dan positif untuk membedakan diri mereka dari yang lain. Personal branding mencakup sejumlah elemen, termasuk penampilan, reputasi online, kompetensi, dan cerita hidup. Dengan mengembangkan personal branding yang kuat, seseorang dapat membantu membangun kepercayaan, menarik peluang karir, dan mempengaruhi bagaimana orang lain melihat mereka.

Salah satu platform media sosial yang populer adalah Instagram. Instagram menjadi salah satu platform terkemuka. Melalui survei yang dilakukan oleh Data Reportal ditemukan pengguna aktif Instagram di Indonesia menjadi terbanyak ke 4 di seluruh dunia. Hal ini menjadikan Instagram salah satu jejaring sosial dengan pertumbuhan tercepat di negara ini. Pengguna Instagram dapat berbagi gambar, cerita, dan pandangan mereka kepada khalayak yang luas. Ada juga fitur pencarian hashtag yang semakin populer, membuat Instagram semakin populer di kalangan orang yang mencari sesuatu yang baru atau relevan dengan minatnya.



Gambar 1. Grafik Pengguna Media Sosial di Indonesia 2023
(sumber: Data Reportal Februari 2023)

Instagram sebagai salah satu platform terkemuka, telah menjadi tempat bagi banyak selebritas online. Banyak selebritas dari berbagai bidang, termasuk aktor, musisi, atlet, model, dan pengarang, telah memanfaatkan Instagram untuk membangun dan mempertahankan basis penggemar mereka, termasuk Fira Assegaf atau yang dikenal dengan panggilan Sashfir. Fira Assegaf memanfaatkan Instagram untuk membangun dan mengelola identitasnya secara online. Platform media yang digunakan, frekuensi dan konten yang dipilih semuanya efektif dan efisien dalam membangun personal branding.

Fira Assegaf merupakan seorang blogger dan fotografer yang dikenal luas melalui akun Instagram @sashfir dengan 562 ribu pengikut, menghebohkan media sosial dengan inspirasi dan gaya pribadinya yang memukau. Di era dimana platform sosial menjadi wadah ekspresi diri dan kreativitas, @sashfir telah menjadi sosok inspiratif bagi ribuan orang dengan gaya berbusananya yang out of the day (OOTD) yang tidak hanya sekedar modis namun juga menarik perhatian masyarakat di platform Instagram.

Dengan memahami perjalanan dan kontribusinya terhadap dunia fashion dan fotografi di platform online dapat melihat pesona dan daya tarik yang menjadikannya salah satu orang selebgram yang patut diperhitungkan di era digital ini. Dengan demikian, personal branding @sashfir di Instagram merupakan cerita tentang kesuksesan,

konsistensi, dan kreativitas dalam dunia digital yang terus berkembang.

Oleh karena itu, berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui dan mengkaji lebih dalam. Sehingga judul penelitian ini adalah "Analisis Personal Branding @sashfir di Media Sosial Instagram".

KAJIAN PUSTAKA

Personal Branding

Personal Branding merupakan suatu proses yang bertujuan untuk membangun citra diri yang unik dan konsisten dalam konteks profesional atau publik. Ini melibatkan bagaimana persepsi khalayak aktif dapat dibangun dari nama, orang, tanda, simbol atau desain yang dapat dijadikan untuk membedakan dirinya dengan yang lain, Wasesa (2011).

Personal branding akan sukses jika seseorang dapat memadukannya media yang digunakan dan strategi penyampaian pesan yang tepat untuk menunjukkan kemampuan, kredibilitasnya. Oleh karena itu, personal branding ini memerlukan keahlian dalam memilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan.

Personal branding menjadi investasi jangka panjang yang memerlukan konsistensi dan dedikasi. Itu juga perlu autentisitas sehingga citra yang dibangun sesuai dengan kepribadian dan nilai-nilai sebenarnya. Personal branding akan efektif jika seseorang dapat menunjukkan kepada masyarakat siapa dirinya, apa yang dilakukannya, apa perbedaannya dengan orang lain dan juga dapat mempengaruhi persepsi atau pendapat orang lain tentang kita.

Unsur-Unsur Personal Branding

Menurut Peter Montoya dalam (Mufid,2002) terdapat beberapa unsur penting dalam pembentukan personal

branding. Berikut 8 unsur penting menurut Peter Montoya, yaitu:

1. *The Law of Specialization*, seseorang atau bisnis dapat mencapai kesuksesan dan pengakuan yang lebih besar dengan memfokuskan usaha dan keahlian yang dimiliki.
2. *The Law of Leadership*, untuk berhasil dalam membangun citra pribadi yang kuat harus mampu menjadi pemimpin yang baik dalam bidang yang relevan dengan minta, nilai, dan keterampilan yang dimiliki
3. *The Law of Personality*, pentingnya seseorang menunjukkan kepribadian unik, autentik dan berbeda dari orang lain dalam personal branding.
4. *The Law of Distinctiveness*, perlunya menciptakan elemen yang membedakan diri dari orang lain. Dalam personal branding perlu menonjolkan dan menawarkan sesuatu yang berbeda dan berharga.
5. *The Law of Visibility*, harus aktif dalam menampilkan diri. Dalam era digital, hal ini melibatkan kehadiran online yang kuat, berpartisipasi dalam komunitas yang relevan dengan bidangnya, dan membagikan pemikiran atau konten yang relevan secara konsisten.
6. *The Law of Unity*, kesatuan dalam personal branding mengacu pada konsistensi dalam pesan, tampilan, dan perilaku. Setiap aspek citra pribadi harus selaras dengan yang lain serta menciptakan kesan yang kuat dan konsisten.

7. *The Law of Persistence*, membangun personal branding yang kuat memerlukan waktu dan konsistensi. Seseorang perlu terus memelihara dan memperkuat citra pribadi seiring berjalannya waktu.
8. *The Law of Goodwill*, penting membangun hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan orang lain. Kebaikan hati, dukungan, dan kerja sama dapat membantu memperkuat citra pribadi

Semua unsur tersebut bersifat saling terkait dan saling mendukung dalam membangun personal branding yang kuat. Dengan memahami dan menerapkan unsur-unsur tersebut, dapat membentuk citra pribadi yang meyakinkan dan relevan dalam mencapai tujuan personal maupun profesional.

Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung satu sama lain. Ini adalah alat komunikasi yang populer di seluruh dunia dan telah mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Saat ini, media sosial dapat digunakan untuk membangun citra pribadi dan merek bisnis. Ini memungkinkan individu untuk mempromosikan diri mereka sendiri atau produk dan layanan mereka kepada audiens yang lebih luas.

Media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk menciptakan, memperkuat, dan mengelola personal branding. Berbagai platform media sosial saat ini banyak digunakan untuk personal branding, salah satunya Instagram. Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang sangat

populer dan efektif untuk membangun personal branding. Banyak individu, terutama influencer, selebriti, profesional, dan pengusaha, telah berhasil memanfaatkan Instagram untuk mengembangkan citra dan reputasi pribadi mereka.

Instagram didasarkan pada berbagi gambar dan video. Pengguna dapat mengunggah foto atau video, membagikan cerita sehari-hari, dan berinteraksi. Instagram juga memiliki beberapa fitur yaitu visual storytelling bisa melalui unggahan cerita, feeds ataupun reels yang dapat mengunggah dan menonton video panjang. Instagram juga memiliki fitur hashtag yang dapat memudahkan pengguna untuk mengkategorikan dan meningkatkan visibilitas konten mereka. Ini juga memudahkan pengguna untuk melakukan pencarian dan penemuan konten yang relevan.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan audiens dan tujuan personal branding saat menggunakan Instagram. Apakah penggunaan Instagram hanya ingin mempromosikan bisnis, membagikan pengetahuan, atau membangun portofolio seni, sehingga strategi yang digunakan harus disesuaikan dengan tujuan personal branding. Instagram adalah alat yang kuat untuk membangun personal branding, tetapi keberhasilan akan tergantung pada dedikasi, kreativitas, dan konsistensi dalam mengelolanya.

Personal Branding pada Media Sosial

Personal branding di media sosial adalah proses membangun dan mengelola citra pribadi di platform-platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan lainnya. Ini melibatkan bagaimana personal mempresentasikan diri mereka secara online, mengkomunikasikan nilai-nilai, minat, keahlian, dan kepribadian mereka kepada audiensnya.

Kemampuan untuk memilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan dan pendekatan penyampaian yang tepat adalah bagian penting dari personal branding. Ini menunjukkan kemampuan, kredibilitas, dan kharisma. Oleh karena itu, personal branding yang baik dan efektif membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang kemampuan, kekuatan, atau pencapaian tertentu yang dimiliki seseorang, serta kemampuan untuk mengkomunikasikannya dengan strategi dan media yang tepat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berupaya menganalisis personal branding @sashfir di Instagram. Penelitian yang berjudul "Analisis Personal Branding @sashfir di Instagram" dibuat dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tipe penelitian yang fokus pada eksplorasi dan pemahaman makna yang berasal dari masalah sosial, melibatkan sejumlah individu atau kelompok orang (Cresswell, 2016).

Lokasi penelitian utama adalah platform media sosial Instagram akun resmi @sashfir di Instagram. Selain itu, penelitian ini juga mencakup konteks media sosial secara online. Data penelitian diperoleh dari akun Instagram resmi @sashfir. Sumber data meliputi gambar-gambar yang diposting oleh @sashfir, caption yang disertakan dalam setiap posting, serta interaksi antara @sashfir dan pengikutnya dalam platform Instagram.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan observasi. Menurut (Widyaningrum, 2021) Observasi adalah cara untuk mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap suatu fenomena yang sedang diselidiki. Data penelitian akan diperoleh dari akun instagram @sasfhir. Data penelitian ini mencakup gambar-gambar yang

diposting oleh @sasfhir, caption yang disertakan dalam setiap postingan, serta bagaimana @sashfir dan pengikutnya saling berinteraksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Menurut Peter Montoya dalam (Mufid, 2002), untuk melakukan kegiatan personal branding yang efektif, setiap pelaku kegiatan harus memenuhi sepenuhnya unsur-unsur berikut:

1. *The Law of Specialization* (Spesialisasi)

Instagram Sashfir berfokus pada fotografi, fashion influencer, dan beauty influencer. Sashfir mengunggah foto dirinya mengenakan padu-padan pakaian yang dia pilih sendiri, serta foto produk fashion yang dia sukai atau baru beli. Sashfir juga menampilkan outfit of the day (OOTD) yang dikenakannya yang didominasi oleh penggunaan warna yang menjadi ciri khasnya yaitu polos dan monochrome. Kemudian dia mereview tentang produk fashion tersebut. Dengan kreatif dia mengubah pakaian yang dikenakannya menjadi kekuatan atau keahlian hingga dia menjadi influencer.

Selain itu, Sashfir juga memiliki brand fashion sendiri yaitu Lafiye berupa hijab, baju, aksesoris seperti tas, jepit rambut, tali rambut dan kacamata. Lafiye menonjolkan gaya minimalis dan mengadopsi gaya Malaysia dengan hijab yang berfluktuasi dan berbagai jenis abaya dan baju kurung. Selain itu, warna yang digunakan adalah warna neutral yang senada dengan motif polos.



2. The Law of Leadership (Kepemimpinan)

Dalam hal berbusana, Sashfir dianggap unggul. Bahkan, dia sering menyarankan gaya busana yang cocok dan bagus ketika dipakai oleh berbagai orang dengan selera yang berbeda. Banyak pengikut Sashfir meminta saran tentang gaya busananya dalam kolom komentar dan Q&A pada akunnya.

Pada 9 Oktober 2023, Sashfir mengadakan acara untuk labelnya (Lafiye) Mindful Thrive yang berkolaborasi dengan @tsana, banyak komentar dan postingan bahwa acara tersebut sukses dan menakjubkan dengan konsep klasik. Ini membuktikan bahwa Sashfir memiliki jiwa kepemimpinan yang baik.

3. The Law of Personality (Kepribadian)



Dalam postingan ini menceritakan kisah singkat Sashfir tentang bagaimana dia mulai menekuni dunia fashion dan akhirnya berhasil mendirikan bisnis sendiri. Dia tidak menyerah begitu saja, meskipun banyak orang awalnya menganggap gaya berbusananya norak. Dia berani membuat keputusan untuk terus mengikuti kesukaannya itu karena dia percaya bahwa segala sesuatu membutuhkan waktu untuk dapat dipahami dan dapat diterima. Ini menunjukkan motivasi diri yang tinggi kepercayaan diri, menghargai diri, dan ketekunan Sashfir untuk mengasah keterampilannya dalam dunia fashion.

4. The Law of Distinctiveness (Perbedaan)

Sashfir mengenakan pakaian yang unik. Dia berani memadukan berbagai warna dan motif pada pakaian, aksesoris, tas, dan sepatu. Dengan ciri khas warnanya yang polos dan monochrome membuat karakter busana Sashfir sangat kuat dan keberanian berkreaitivitas melalui pakaiannya. Ini menarik perhatian pengikutnya dan membuatnya mudah dibedakan dari orang lain yang sama-sama senang berekspresi melalui gaya busana.



5. The Law of Visibility (Keterlihatan)

Sashfir mempublikasikan personal brandingnya melalui media blog dan menulisnya secara teratur. Selain itu, Sashfir secara rutin dan konsisten mengunggah foto dan video padu-padan busananya di akun Instagramnya. Sashfir selalu menggunakan gaya yang casual, polos, monochromatic, dan elegan yang membuatnya dikenal dan dipahami oleh pengikutnya sebagai gaya identiknya.

Dalam caption postingannya, dia berfokus pada aspek fashion dan penampilan sehingga memberikan pengikut informasi visual yang cukup untuk membayangkan gaya berpakaian yang dijelaskan dan menggunakan emoji untuk menambahkan unsur ekspresi dan kesan emosional terkait dengan gaya berpakaian tersebut.



6. *The Law of Unity* (Kesatuan)

Sebagai fashion blogger, dunia fashion baai Sashfir sudah melekat pada kehidupan sehari-harinya. Sebagian besar, gaya busana yang diunggah Sashfir pada akunnya adalah catatan perjalanannya tentang pakaian yang dia kenakan saat bepergian ketika kerja, kegiatan formal kegiatan non formal.

Melalui unggahannya di Instagram, terlihat Sashfir juga suka mengikuti acara pertunjukan fashion. Selain itu, keasyikan Sashfir saat membeli dan melihat barang terbaru menunjukkan kesetiiaannya pada merek pribadinya. Untuk menunjukkan penghargaannya terhadap inovasi dan karya orang lain, Sashfir juga selalu menggunakan gambar orang lain sebagai sumber untuk postinggannya.



8. *The Law of Goodwill* (Niat baik)

Bagi pengikutnya, Sashfir memiliki ciri khasnya sendiri dalam mengekspresikan dirinya melalui busana dan berbeda dari kebanyakan orang. Seiring berjalannya waktu, gaya busana Sashfir diterima baik dan dipahami sebagai ciri khasnya.

Berdasarkan pengamatan peneliti, Sashfir juga seringkali hadir dan support brand-brand lain, hal ini dapat diidentifikasi melalui caption dan tag yang diunggah pada akunnya. Ini menunjukkan bahwa Sashfir menjaga hubungannya dengan pengikutnya dan brand-brand yang bekerja sama dengannya.

7. *The Law of Persistence* (Kegigihan)

Sashfir tidak pernah mengubah gaya busananya yang casual, monochromatic, polos, dan elegan sejak awal dia terjun ke dunia fashion. Dia juga tetap berpegang teguh pada gagasan busananya meskipun dianggap membosankan.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fira Assegaf menggunakan semua unsur personal branding dari Peter Montoya. Hasilnya menunjukkan beberapa hal yang menarik, yaitu:

1. *The Law Of Specialization* (Spesialisasi)

Berdasarkan teori Peter Montoya tentang personal branding, pada postingan-postingan @Sashfir dapat dikategorikan dalam beberapa unsur, salah satunya spesialisasi.

Spesialisasi adalah kelebihan atau kemampuan khusus yang akan menarik khalayak dan akan membuat kita dianggap ahli dalam suatu bidang. Instagram Sashfir berfokus pada fotografi, fashion influencer, dan beauty influencer.

Sashfir identik dengan postingan OOTD nya yang menarik dan aesthetic dan didominasi oleh penggunaan warna yang menjadi ciri khasnya yaitu monochrome dan polos. Sashfir sering mencoba berbagai gaya busana, menyebabkan penampilannya selalu berubah-ubah misalnya, terkadang terlihat feminin dan terkadang terlihat boyish. Dia berani menggabungkan berbagai warna dan motif pada pakaian, aksesoris, tas, dan sepatu. Selain itu, inspirasi menjadi unsur yang kuat dalam unggahannya, karena dia sering membagikan pesan positif, cerita sukses, dan konten yang memberi inspirasi.

Sashfir mengambil fotonya sendiri dengan menggunakan tripod untuk menopang kamera, sesuai dengan spesialisasinya dalam fotografi (Dirgapradja, 2014). Banyak foto Sashfir diambil di kamarnya dengan latar belakang tembok berwarna putih, meja kerja, dan beberapa gambar berfigura yang menempel di tembok. Dalam postingannya, Sashfir juga menunjukkan gaya busananya yang sesuai dengan berbagai situasi seperti busana santai sehari-hari maupun acara formal.

Kemampuan untuk berpenampilan dalam berbagai gaya busananya memberikan fleksibilitas dalam menciptakan citra diri. Kemampuannya untuk beradaptasi ditunjukkan oleh pilihan pakaian multifungsi Sashfir. Dia menunjukkan kepada pengikutnya bahwa dia tidak hanya terjebak dalam gaya atau pakaian tertentu. Ini menunjukkan bahwa Sashfir sangat mengerti fashion dan dapat mengubah penampilannya sesuai dengan keadaan. Kemampuan ini juga menunjukkan fleksibilitasnya, yang

dapat memberikan inspirasi kepada pengikutnya.

Personal branding seperti yang dibangun oleh Sashfir menjadi semakin penting di era internet saat ini, di mana citra online dapat memengaruhi kehidupan pribadi dan profesional seseorang. Tidak hanya memiliki banyak pengikut, tetapi juga memiliki efek positif. Sashfir menunjukkan bahwa konsistensi, pemahaman diri yang mendalam, dan komitmen untuk memberikan nilai kepada audiens adalah kuncinya. Karena personal branding yang kuat memiliki ciri khas dalam spesialisasi yang tepat dan fokus kepada suatu kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu dalam diri individu (Oryza, 2020).

2. The Law of Leadership (Kepemimpinan)

Kepemimpinan dapat dibentuk melalui keunggulan atau dipandang sebagai seorang ahli dalam bidang tertentu, memiliki posisi penting, atau pengakuan misalnya, melalui penghargaan atas pencapaian tertentu (Paundra, 2020). Hal tersebut dapat membentuk konsep kepemimpinan dalam personal branding.

Sashfir dianggap sebagai influencer fashion dan kecantikan. Hal ini dapat dilihat dari komentar pengikutnya yang memintanya untuk memberikan saran gaya busana atau menanyakan merek atau lokasi pembelian untuk pakaian yang dia kenakan yang disampaikan melalui fitur komentar dan Q&A Instagram.

Saat memberikan rekomendasi Sashfir tidak hanya mengutamakan gaya pribadinya, tetapi juga berbagi keahlian dan pengetahuannya pada pengikutnya. Hal ini menciptakan rasa kepercayaan dan keterlibatan yang lebih dalam antara Sashfir dan pengikutnya. Dalam personal branding Sashfir, kepemimpinan tidak hanya terletak pada gaya dan estetika pribadinya, tetapi juga

pada kemampuan untuk membimbing dan menginspirasi orang lain tentang dunia fashion. Keahlian Sashfir tersebut menciptakan citra pribadi yang kuat dan menanamkan dasar kepemimpinan dalam pengikutnya.

3. *The Law of Personality* (Kepribadian)

Personal branding yang baik harus didasarkan pada kepribadian seseorang yang apa adanya, mengakui dan menerima ketidaksempurnaan dalam dirinya (Oryza, 2020). Dalam personal branding Sashfir, dapat dilihat dari beberapa postingan pada akunnya yang menggambarkan perjalanan pribadinya dan perkembangan citra dirinya. Dengan keberanian untuk mempertahankan pakaian yang pada awalnya dianggap norak, Sashfir menunjukkan bahwa personal branding tidak hanya tentang kesempurnaan tetapi juga perjalanan pribadinya yang melibatkan perubahan dan pertumbuhan.

Pada awalnya, ketidaksempurnaan dalam gaya berbusana Sashfir dianggap berani dan kontroversial. Namun, keputusannya untuk tetap setia pada gaya tersebut menunjukkan kepercayaan diri dan motivasi diri yang kuat. Ini menunjukkan bahwa mengakui diri unik dan berbeda adalah bagian penting dari personal branding yang benar.

Secara keseluruhan, pendekatan Sashfir terhadap personal branding mencerminkan keindahan visual serta kebijaksanaannya dalam menghadapi tantangan dan perubahan. Pendekatan ini juga membangun citra pribadi yang kuat dan memberi inspirasi kepada mereka yang mengikuti untuk tetap setia pada diri mereka sendiri dan menghargai perjalanan yang mereka ambil untuk membangun personal branding.

4. *The Law of Distinctiveness* (Perbedaan)

Sebuah personal branding yang berhasil harus memiliki kesan yang kuat bahwa mereka berbeda dari orang lain dalam industri atau bisnis yang sama (Paundra, 2020). Sashfir mewakili paradigma ini dengan gaya berbusananya yang tidak konvensional dan berani. Gaya berbusananya menjadi titik fokus yang membedakannya dari yang lain dalam industri yang sama. Sashfir menciptakan pernyataan fashion yang mencirikan kepribadiannya yang kreatif dan berani dengan berani memadukan warna, motif, aksesoris, tas, dan sepatu. Keberaniannya untuk melampaui batas konvensional menciptakan karakter busana yang kuat, menimbulkan semangat, dan memiliki efek visual yang kuat.

Karakter busana Sashfir membuatnya unik dan menarik perhatian. Selain itu, kombinasi warna dan motif serta teknik menggabungkan pakaian dengan gaya fotografi untuk menciptakan narasi visual yang sesuai dengan kepribadiannya menjadi bagian dari kreativitas Sashfir dalam berbusana. Ini bukan hanya dari pemilihan pakaiannya; tetapi juga bentuk ekspresi seni yang menunjukkan keberanian dan keunikannya dalam menerima gaya hidup berwarna.

Dalam personal branding Sashfir menunjukkan bahwa untuk mengembangkan citra dirinya harus berani, konsisten dan unik untuk menjadi efektif. Keberbedaan sangat penting untuk dikenal, diingat, dan diikuti dalam dunia yang penuh dengan informasi visual. Keberanian untuk menjadi asli dan berbeda dalam dunia yang berubah sangat penting untuk meninggalkan kesan yang bertahan lama dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens.

5. *The Law of Visibility* (Keterlihatan)

Konsistensi merupakan kunci penting dalam membangun personal

brand yang sukses. Sashfir secara konsistensi sehingga dapat membentuk citra yang kuat dan dikenal oleh pengikutnya. Karena untuk menciptakan personal branding harus dilakukan dan terlihat secara konsisten sampai akhirnya berhasil membentuk persepsi masyarakat (Oryza, 2020).

Konsistensi dalam penggunaan media sosial untuk membagikan padupadan busana Sashfir menjadi langkah cerdas. Tidak hanya gaya busana yang sederhana, monokromatik, dan elegan menjadi tren, tetapi juga membentuk identitas visual yang konsisten. Gaya busana ini dapat dengan mudah dikenali oleh pengikutnya dan dianggap sebagai ciri khas pribadi Sashfir.

Sashfir membuat merek pribadi yang konsisten dengan rajin mengunggah konten atau cerita. Hal ini harus dilakukan secara terus menerus hingga orang benar-benar mengenal siapa dia (Widyastuti et. al, 2017). Mengungkapkan nilai, gagasan, dan pandangan hidupnya dengan konsisten menciptakan kesan yang tahan lama di mata pembaca.

6. The Law of Unity (Kesatuan)

Personal branding yang sukses tidak hanya mencerminkan persepsi publik tentang mereka, tetapi juga harus konsisten dengan nilai dan perilaku dalam kehidupan pribadi mereka. Karena nilai dan perilaku yang ditetapkan oleh personal branding individu harus sesuai dengan kenyataan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini harus dilakukan untuk mencegah tindakan yang berlebihan yang dapat merusak reputasi pribadi (Oryza, 2020).

Kehidupan sehari-hari Sashfir secara meyakinkan mencerminkan nilai dan perilaku yang ditetapkan untuk personal pribadinya sebagai seorang fashion blogger. Gaya pakaiannya yang diabadikan dalam akunnya merupakan catatan harian yang menggambarkan pakaiannya dalam berbagai situasi

sehari-hari. Ini menciptakan keaslian dalam merek pribadi Sashfir sehingga memberi pengikutnya keyakinan bahwa unggahan pada media sosialnya sejalan dengan kehidupan nyata Sashfir.

Sebagai seorang fashion blogger yang selalu berada mengedepankan tren dan gaya, Sashfir selalu terlibat dan hadir dalam acara fashion week dan kecintaannya untuk membeli barang fashion terbaru. Selain itu, sikap kreatif Sashfir tercermin dalam cara dia menghargai karya orang lain dengan selalu mencantumkan sumber gambar yang digunakan dalam postingannya. Ini menunjukkan kesadaran etika dan integritas, menunjukkan bahwa merek pribadinya bukan hanya tentang dirinya sendiri, tetapi juga tentang menghargai kreativitas dan kontribusi orang lain dalam dunia fashion.

7. The Law of Persistence (Keteguhan)

Menurut Peter Montoya, dalam membangun personal branding yang kuat memerlukan waktu dan konsistensi. Seseorang perlu terus memelihara dan memperkuat personal branding seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu, individu harus tetap berpegang pada personal branding awal mereka tanpa meragukannya atau mengubahnya.

Sashfir telah menunjukkan keteguhannya dalam membangun personal branding melalui keputusannya untuk tidak pernah mengubah gaya busananya yang sederhana, monokromatik, dan elegan. Dia tetap teguh pada gagasan busana yang telah menjadi ciri khasnya, meskipun ada beberapa orang yang menganggap gaya busananya membosankan. Sikap ini menunjukkan keyakinan dan kepercayaan diri yang kuat terhadap personal brandingnya.

Personal branding Sashfir mencerminkan integritas dan keaslian dirinya. Keberanian untuk tetap setia pada diri sendiri dan tidak terpengaruh

oleh tekanan tren menunjukkan bahwa kesetiaan terhadap merek pribadi dapat menghasilkan keberhasilan yang berkelanjutan dan memperkuat posisinya dalam dunia fashion.

8. *The Law of Goodwill* (Niat baik)

Paundra (2018) berpendapat bahwa pengaruh sebuah personal branding akan lebih besar apabila individu tersebut dipersepsikan secara positif. Untuk mendapatkan citra yang baik, pelaku personal branding harus berhasil menanamkan nilai-nilainya kepada pengikutnya.

Dengan menampilkan ciri khasnya dalam gaya busananya, Sashfir berhasil menciptakan citra yang positif dan memberikan kesempatan kepada pengikutnya untuk merasakan sesuatu yang berbeda, sesuatu yang mungkin tidak mereka temui sebelumnya. Dengan melakukan ini, Sashfir menciptakan keterlibatan dan daya tarik positif untuk personal brandingnya.

Selain itu, Sashfir juga seringkali hadir dan support brand-brand lain, hal ini dapat diidentifikasi melalui caption dan tag yang diunggah pada akunnya. Ini menunjukkan bahwa Sashfir menjaga hubungannya dengan pengikutnya dan brand-brand yang bekerja sama dengannya. Hal ini sangatlah perlu dilakukan seseorang dalam meningkatkan personal branding (Angraeni et al., 2022).

Sebagai seorang fashion blogger, Sashfir berusaha untuk terus menghasilkan sesuatu dan mendapatkan lebih banyak pengalaman. Selain itu, Sashfir berusaha terus memberikan inspirasi dan saran kepada pengikutnya. Melalui akun Instagramnya, pengikut Sashfir dapat terus mengetahui tentang apa yang dia lakukan dan kapan dia akan mengadakan atau berpartisipasi dalam acara tertentu.

Meskipun awalnya mungkin dianggap berbeda dan tidak umum, gaya

busananya akhirnya diterima dan dipahami sebagai ciri khas yang membuatnya berbeda dan menonjol. Penerimaan dan pemahaman yang baik dari pengikutnya terhadap personal branding Sashfir dapat menciptakan kesan yang tahan lama.

SIMPULAN

Sashfir telah memenuhi semua konsep personal branding yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Melalui kombinasi konsep tersebut termasuk fotografi yang berkualitas, konten fashion yang menginspirasi, dan konsistensi dalam menyampaikan pesan kepada pengikutnya Sashfir telah membangun personal branding yang kuat di Instagram.

Kesuksesan personal branding Sashfir dipengaruhi positif oleh konsistensi konten dan gaya busananya. Hal ini dapat membangun kepercayaan, mempertahankan hubungan yang kuat dengan pengikutnya, dan memungkinkan Sashfir untuk menarik pengikut baru. Pilihan pakaian Sashfir yang multifungsi telah meningkatkan daya tariknya dan interaksi dengan pengikutnya. Inspirasi yang relevan untuk berbagai jenis audiens, memungkinkan koneksi yang lebih luas, memberikan fleksibilitas dalam merancang citra diri, dan menciptakan interaksi yang lebih beragam dengan pengikutnya dihasilkan dari kemampuan untuk berpenampilan dalam berbagai gaya.

Secara keseluruhan, melalui kombinasi konsep utama, konsistensi konten dan gaya, dan kemampuan untuk berpenampilan dalam berbagai gaya, Sashfir telah membangun dan memperkuat personal branding yang kuat di Instagram. Multifungsi dalam pilihan pakaian membuatnya lebih menarik dan menghasilkan banyak interaksi dengan pengikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Susilawati, S., & Asbari, M. (2023). Personal Branding: Antara Uang dan Nama. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(01), 50-54.

SHOFA, S. D., Aisyah, V. N., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2023). *Analisis Personal Branding Ayana Moon Di Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Primasari, I., & Puspitasari, A. (2023). Analisis Personal Branding di Media Sosial: Studi Kasus Personal Branding Sebagai Komunikasi Bisnis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina di Instagram. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 972-975

Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2)

Wibisono, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi Pada Mahasiswa Di Lingkungan Fisip Unila). *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, 22(2), 145-164.

Karina, M. E. (2020). Analisis Personal Branding Selebgram di Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@dindamaulinaaa). *JURNAL MADIA*, 1(1).

Wibisono, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi Pada Mahasiswa Di Lingkungan Fisip Unila). *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, 22(2), 145-164.

Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 2(1), 19-30.