

ABSTRAK

ANDI UMMUL RESKY LUTFIAH, 2025. Strategi *Personal Branding* Mahasiswa Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar di Instagram dalam Mengembangkan Citra Diri Positif

(Dibimbing oleh Dr. Syukri, S.Sos., M.Si dan Arni., S.Kom., M.I.Kom)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *personal branding* mahasiswa Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengembangkan citra diri positif di *Instagram*. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi terhadap empat informan dari Komunitas Duta Kampus UNISMUH Makassar, penelitian ini mengeksplorasi mahasiswa Duta Kampus dalam mengelola citra diri mereka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan akan strategi *personal branding* yang diterapkan oleh Mahasiswa Duta Kampus mencakup tentang pemanfaatan Instagram dengan segala fiturnya untuk membranding diri serta interaksi pada pengikut dengan intens dalam upaya membangun citra diri positif. Strategi utama yang digunakan meliputi pemilihan konten dengan tema yang sesuai dan pemanfaatan dengan visual yang menarik. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa dalam membangun *personal branding*, penting halnya untuk melakukan konsistensi dalam mengunggah konten, baik itu dalam membagikan konten *self improvement* ataupun berupa konsisten membranding diri dengan pencapaian. Strategi tersebut tidak hanya untuk meningkatkan daya tarik individu Duta Kampus, tapi tentu juga akan memperkuat citra Universitas Muhammadiyah Makassar di mata khalayak luas. Penelitian ini menekankan akan *Instagram* yang tidak hanya sebagai *platform* media sosial saja, tetapi juga media strategis membangun *personal branding* yang autentik. Penelitian ini memberikan wawasan kepada mahasiswa dan pengguna Instagram lainnya dalam menggunakan juga memanfaatkan media sosial Instagram untuk membangun *personal branding*. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi praktisi juga akademisi komunikasi maupun lainnya dalam mencari tahu strategi *personal branding* di era digitalisasi sekarang ini.

Kata Kunci: Personal Branding, Duta Kampus, Instagram, Citra Diri

ABSTRACT

ANDI UMMUL RESKY LUTFIAH, 2025. *Personal Branding Strategy of Campus Ambassador Students of Muhammadiyah University of Makassar on Instagram in Translating Positive Self Image*

(Supervised by Dr. Syukri, S.Sos., M.Si dan Arni., S.Kom., M.I.Kom)

This study aims to analyze the personal branding strategy of Campus Ambassador students of Universitas Muhammadiyah Makassar in developing a positive self-image on Instagram. Using descriptive qualitative methods, observation, in-depth interviews, and documentation studies of four informants from the UNISMUH Makassar Campus Ambassador Community, this study explores Campus Ambassador students in managing their self-image. The results of this study indicate that the personal branding strategy implemented by Campus Ambassador Students includes the use of Instagram with all its features for self-branding and intense interaction with followers in an effort to build a positive self-image. The main strategies used include selecting content with appropriate themes and utilizing attractive visuals. In addition, this study found that in building personal branding, it is important to be consistent in uploading content, both in sharing self-improvement content or in the form of consistent self-branding with achievements. This strategy is not only to increase the attractiveness of Campus Ambassador individuals, but of course it will also strengthen the image of Universitas Muhammadiyah Makassar in the eyes of the wider public. This study emphasizes that Instagram is not only a social media platform, but also a strategic media for building authentic personal branding. This study provides insight to students and other Instagram users in using and utilizing Instagram social media to build personal branding. The results of this study can be used as reference material for practitioners and communication academics and others in finding out personal branding strategies in the current digitalization era.

Keywords: *Personal Branding, Campus Ambassador, Instagram, Self-Image*