

ABSTRAK

ANASTASYA MARY PRISKILA. 10821105

Storytelling Sebagai Strategi Personal Branding Akun Instagram Ivy Wijaya

Kata Kunci: Komunikasi *New Media*, *storytelling*, *personal branding*.

(xiii + 53 + lampiran)

Internet terus berkembang dan menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia. *Platform* media sosial seperti Instagram semakin populer. Penelitian ini fokus pada fenomena *storytelling* dan *personal branding*, dengan studi kasus akun Instagram Ivy Wijaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan Teori Transmedia *Storytelling* untuk menganalisis strategi baru dalam membangun citra personal di *platform* Instagram. Metode kualitatif dan paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan utama, Ivy Wijaya, serta *manager* dan *followers* dari akun Instagram Ivy Wijaya, memberikan kontribusi penting dalam mendapatkan pemahaman yang mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *storytelling* dan *personal branding* di Instagram oleh Ivy Wijaya telah menjadi strategi yang efektif dalam membangun citra personal yang positif. Strategi ini tidak hanya menciptakan narasi yang mendalam dan menarik tetapi juga membangun keterlibatan yang kuat dengan pengikutnya. Implikasi penelitian ini mencakup panduan praktis untuk individu atau merek yang ingin memanfaatkan *storytelling* sebagai strategi *personal branding* di media sosial.

Daftar Pustaka (2000 – 2023)