

STRATEGI *ONLINE PERSONAL BRANDING* DALAM INDUSTRI FASHION

(Studi Kasus Pada Rissa Stellar dalam Blog “lippielust.com)

Dinda Larissa Putri

1300357

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu : 1) untuk mendeskripsikan proses personal branding yang dialami Rissa Stellar dalam Industri Fashion, 2) untuk mendeskripsikan strategi personal branding yang dimiliki Rissa Stellar, 3) untuk mendeskripsikan reputasi dan eksistensi yang didapat oleh Rissa Stellar dari pembentukan personal brandingnya. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus untuk melihat lebih dalam mengenai fenomena yang terjadi. Peneliti melakukan proses pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan observasi di lapangan. Informan dalam penelitian ini adalah Rissa Stellar pemilik blog lippielust.com serta informan pendukung adalah manajer pribadi, rekan kerja dan pembaca blog lippielust.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses personal branding Rissa Stellar sangat panjang dan tidak mudah, setelah melewati fase naik dan turun, perlahan blog nya diminati oleh banyak orang hingga diajak bekerja sama dengan beberapa brand terkemuka. Strategi personal branding Rissa Stellar memiliki komponen yang terdiri dari, Nilai, Kemampuan, Perilaku, Keunikan, Penampilan, Otentik, Prestasi, Tujuan, dan Kekuatan. Hasil yang didapatkan dari personal branding menunjukkan tanggapan positif dari netizen dan memanfaatkan peluang tersebut dengan menciptakan produknya sendiri.

Kata Kunci: Personal Branding, Rissa Stellar, Blogger, Sosial Media

Dinda Larissa Putri, 2017

STRATEGI *ONLINE PERSONAL BRANDING* DALAM INDUSTRI FASHION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ONLINE PERSONAL BRANDING STRATEGY IN THE FASHION INDUSTRY

(A Case Study On Rissa Stellar in Blog "lippielust.com)

Dinda Larissa Putri

1300357

ABSTRACT

The purposes of this research are : 1) to describe personal branding process which Rissa Stellar experienced in Fashion Industry, 2) to describe personal branding strategy which Rissa Stellar as owner blog lippielust.com, 3) to describe reputation and existence which Rissa Stellar get from personal branding establishment. This research uses qualitative research techniques with Case Study approach to see more about the phenomenon that occurs. Researchers collecting data by doing interviews and observations in the field. The primary source of the study is the Rissa Stellar which has blog lippielust.com and with personal manager as support informants and readers from blog lippielust.com. The results of this study indicate that the personal branding process by Rissa Stellar is quite long and difficult, after passing up and down phase, slowly his blog attract many people to invite her to made cooperation with several leading brands. Then, in terms of personal branding strategy, she has a component that consists of, Values, Abilities, Behavior, Uniqueness, Appearance, Authentic, Achievement, Objectives, and Strength. While the results obtained from personal branding showed a positive response from public and making opportunities by creating their own products.

Keywords: *Personal Branding, Rissa Stellar, Blogger, Social Media.*