

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Penggunaan Media Sosial X (Twitter) Sebagai Sarana *Personal Branding* (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Akun @crankygvrl)". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana akun tersebut membentuk, mengembangkan, dan mempertahankan personal branding-nya melalui platform X (Twitter). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, serta teori yang digunakan adalah *The Eight Laws of Personal Branding* dari Peter Montoya, dengan fokus pada tiga aspek hukum utama yaitu spesialisasi, visibilitas, dan keteguhan (*persistence*).

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik akun, informan pendukung, dan informan akademis. Melakukan observasi langsung terhadap konten akun @crankygvrl, dan dokumentasi aktivitas digitalnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @crankygvrl secara konsisten menampilkan konten bertema *beauty*, *lifestyle*, dan *fashion*, memiliki ciri khas *personal* seperti *style* hijab, *angle selfie*, dan *style make-up*. Akun @crankygvrl juga mampu membangun koneksi dengan audiens melalui interaksi yang *real-time* dan membuat konten yang relevan serta *original* hasil karya pribadi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial X (Twitter) dapat efektif digunakan sebagai sarana *personal branding* apabila dimanfaatkan secara strategis dan konsisten. Akun @crankygvrl berhasil membangun, membentuk, dan mempertahankan *personal branding*-nya yang sudah ia bangun sejak tahun 2021 yang lalu dengan memiliki identitas digital yang kuat, kredibel, dan memiliki pengaruh terhadap audiensnya.

Kata kunci: Media Sosial X (Twitter), *Personal Branding*, *Content Creator*, *The Eight Laws of Personal Branding*.

ABSTRACT

This research is entitled “The Use of Social Media X (Twitter) as a Means of Personal Branding (Descriptive Qualitative Study on @crankygirl Account)”. The purpose of this research is to find out how the account forms, develops, and maintains its personal branding through the X (Twitter) platform. This research uses a qualitative approach with descriptive methods, and the theory used is The Eight Laws of Personal Branding from Peter Montoya, focusing on three main law aspects, namely specialization, visibility, and persistence.

Data was collected through in-depth interviews with account owners, supporting informants, and academic informants. Direct observation of @crankygirl account content, and documentation of its digital activities. The results showed that @crankygirl consistently displays beauty, lifestyle, and fashion themed content, has personal characteristics such as hijab style, selfie angle, and make-up style. The @crankygirl account is also able to build connections with audiences through real-time interactions and create relevant and original content of personal work.

This study concludes that social media X (Twitter) can be effectively used as a means of personal branding if utilized strategically and consistently. The @crankygirl account has succeeded in building, shaping, and maintaining its personal branding that it has built since 2021 by having a digital identity.

Keywords: Social Media X (Twitter), Personal Branding, Content Creator, The Eight Laws of Personal Branding

RINGEKSAN

Ieu panalungtikan dijudulan “Pamakéan Média Sosial X (Twitter) salaku Sarana Personal Branding (Studi Deskriptif Kualitatif dina Akun @crankygvrl)”. Tujuan tina ulikan ieu nyaéta pikeun milari kumaha akun ngawangun, ngembangkeun, sareng ngajaga branding pribadina ngaliwatan platform X (Twitter). Ieu panalungtikan ngagunakeun pamarekan kualitatif kalawan métode déskriptif, sarta tiori nu digunakeun nya éta The Eight Laws of Personal Branding karya Peter Montoya, kalawan museur kana tilu aspék hukum utama, nya éta spésialisasi, visibilitas, jeung persistence.

Data dikumpulkeun ngaliwatan wawancara jero ka nu boga akun, informan pendukung, jeung informan akademik. Ngalaksanakeun observasi langsung kana eusi akun @crankygvrl, sareng ngadokumentasikeun kagiatan digitalna. Hasil panilitian nunjukkeun yén @crankygvrl sacara konsisten nampilkeun eusi kalayan téma kageulisan, gaya hirup, sareng busana, kalayan karakteristik pribadi sapertos gaya hijab, sudut selfie, sareng gaya makeup. Akun @crankygvrl ogé tiasa ngawangun sambungan sareng pamirsa ngalangkungan interaksi sacara real-time sareng nyiptakeun kontén anu relevan sareng asli tina karya pribadi.

Panaliti ieu nyindekkeun yén média sosial X (Twitter) tiasa dianggo sacara efektif salaku sarana personal branding upami dimangpaatkeun sacara strategis sareng konsistén. Akun @crankygvrl parantos suksés ngawangun, ngabentuk, sareng ngajaga branding pribadina anu anjeunna ngawangun ti saprak 2021 ku gaduh identitas digital anu kuat, kredibel sareng gaduh pangaruh kana pamiarsana.

Kecap konci: Konci: Media Sosial X (Twitter), Personal Branding, Content Creator, Dalapan Hukum Personal Branding