

**PERSONAL BRANDING RAFIKA SARI SEBAGAI ENTREPRENEUR
MELALUI INSTAGRAM DALAM MENCIPTAKAN CUSTOMER
ENGAGEMENT**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu Ilmu
Komunikasi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Andalas*

Oleh:

KHAIRIAH PUTRI AWERA
NIM.2010863013

Pembimbing:

Revi Marta, S.Sos., M.I.Kom
Diego, M.I.Kom



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ABSTRACT

RAFIKA SARI'S PERSONAL BRANDING AS AN ENTREPRENEUR THROUGH INSTAGRAM IN CREATING CUSTOMER ENGAGEMENT

By :
Khairiah Putri Awera
2010863013

Supervisor :
Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom
Diego, M.I.Kom

This study examines how Rafika Sari, a busana entrepreneur, builds her personal brand through Instagram to foster customer engagement. Personal branding is a process of shaping public perception of oneself to become more recognizable. Instagram was chosen as the primary platform due to its ability to showcase visually appealing content and its accessibility to a broad audience. This qualitative descriptive research, grounded in constructivist theory, aims to explore the personal branding process undertaken by Rafika Sari. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. Findings indicate that Rafika Sari has successfully established herself as an authentic and consistent busana entrepreneur through engaging visual content, regular interactions with followers, and the use of unique taglines. This consistent personal branding has fostered emotional connections with her audience, enhancing customer loyalty and engagement. The findings suggest that effective personal branding can strengthen the relationship between a brand and its audience, positively impacting business growth.

Keywords: *personal branding, Instagram, customer engagement, busana entrepreneur, social media.*

ABSTRAK

PERSONAL BRANDING RAFIKA SARI SEBAGAI ENTREPRENEUR MELALUI INSTAGRAM DALAM MENCIPTAKAN CUSTOMER ENGAGEMENT

Oleh :
Khairiah Putri Awera
2010863013

Pembimbing:
Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom
Diego, M.I.Kom

Penelitian ini mengkaji bagaimana Rafika Sari, seorang pengusaha busana, membangun *personal branding* melalui kanal media sosial Instagram untuk menciptakan *customer engagement*. *Personal branding* merupakan upaya dalam membentuk persepsi publik terhadap diri seseorang agar lebih dikenal. Instagram dipilih sebagai media utama karena kemampuan platform ini dalam menyajikan konten visual yang menarik dan mudah diakses oleh audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme, yang bertujuan untuk memahami proses *personal branding* yang dilakukan oleh Rafika Sari. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rafika Sari berhasil menciptakan citra sebagai pengusaha busana yang autentik dan konsisten melalui konten visual yang menarik, interaksi dengan pengikut, serta penggunaan takarir yang khas. *Personal branding* yang konsisten telah membantu membangun keterikatan emosional dengan pengikut, yang berdampak pada peningkatan loyalitas dan *customer engagement*. Temuan ini menunjukkan bahwa *personal branding* yang baik dapat meningkatkan hubungan antara *brand* dan audiens serta memberikan dampak positif bagi pengembangan bisnis.

Kata Kunci: *personal branding*, Instagram, *Customer Engagement*, Pengusaha busana, Media Sosial.