

Personal Branding Influencer Nadia Ninette melalui Konten Olahraga dan Pola Hidup Sehat di Media Sosial Instagram

Femy Maria Catharine, Ana Fitriana Poerana, Maulana Rifai

Universitas Singaperbangsa Karawang

femymr@gmail.com, ana.fitriana@fisip.unsika.ac.id, maulana.rifai@staff.unsika.ac.id

ABSTRACT

The public gets to know a figure through their work and whatever they present. Through personal branding, an influencer can become more recognized by the public, not only by their followers but also by other parties, especially those involved in fields related to the influencer. According to Peter Montoya, there are 8 main concepts in the formation of personal branding: specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence and goodwill. In this research, the focus is only on 6 concepts, excluding distinctiveness and unity. This study aims to understand how Nadia Ninette, as an influencer and content creator, fulfills 6 out of 8 personal branding concepts on the Instagram social media platform through sports and healthy lifestyle content. This research uses a descriptive qualitative method through interviews, observations, and documentation. The objects to be examined are various sports and healthy lifestyle content by Nadia Ninette on Instagram, including diet content, workout challenges, home workouts, gym workouts, healthy food menus, and others. This also includes the results of story reposts by Nadia Ninette's followers through one of Instagram's features, namely Instagram Stories, where her followers tag her account, @nadianinette.

Keywords: Personal branding, influencer, Instagram, content

ABSTRAK

Publik mengenal suatu figur lewat pekerjaan dan apa pun yang mereka tampilkan. Melalui *personal branding*, seorang *influencer* dapat lebih dikenal oleh publik, bukan hanya oleh pengikut mereka melainkan pihak-pihak lain khususnya yang bergerak dalam bidang yang berhubungan dengan *influencer* tersebut. Menurut Peter Montoya, terdapat 8 konsep utama dalam pembentukan *personal branding* yaitu; spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Dalam penelitian ini, difokuskan hanya kepada 6 konsep di mana perbedaan dan kesatuan tidak termasuk di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Nadia Ninette sebagai seorang *influencer* dan *content creator* memenuhi 6 dari 8 konsep *personal branding* di media sosial Instagram melalui konten olahraga dan pola hidup sehat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Objek yang akan diteliti yaitu berbagai konten olahraga dan pola hidup sehat Nadia Ninette di Instagram yang di antaranya berupa konten diet, *work out challenge*, *home work out*, *gym work out*, menu makanan sehat dan lainnya. Termasuk juga hasil *repost story followers* oleh Nadia Ninette

melalui salah satu fitur Instagram yakni Instagram *story* di mana para *followers*-nya memberikan *tag* akunnya yaitu @nadianinette.

Kata kunci: *Personal branding, influencer, Instagram, konten*

PENDAHULUAN

Media sosial memiliki pengertian sebagai sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Liedfray, Waani dan Lasut. 2022). Dengan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Manusia dapat berinteraksi dengan yang lainnya dimana pun dan kapan pun tidak memedulikan jauhnya jarak di antara mereka dan tidak mengenal siang maupun malam (Listianingrum, Poerana & Arindawati. 2021). Media sosial menjadi sarana yang mempermudah manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya tanpa memedulikan ruang dan waktu.

Berdasarkan data Napoleon Cat yang dikutip dari DataIndonesia.id, ada 97,38 juta pengguna Instagram di Indonesia per Oktober 2022 (Rizaty, 2022). Jumlah tersebut meningkat 7% dibandingkan setahun sebelumnya yang sebanyak 91,01 juta pengguna. Berikut merupakan persentasenya.

Gambar 1. Statistik Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Periode November 2018 – Oktober 2022

Sumber: Website DataIndonesia.id, 2022



Dari banyaknya pengguna media sosial Instagram, terdapat pula aktivitas di media sosial tersebut di mana para penggunanya mengikuti tokoh-tokoh publik yang menyediakan konten sesuai dengan selera mereka. Tokoh-tokoh inilah yang disebut dengan *influencers*. Dalam jurnal '*Influencer Marketing as a Modern Phenomenon*

Creating a New Frontier of Virtual Opportunities' terdapat pernyataan bahwa *influencers* yaitu individu yang memiliki jumlah pengikut di media sosial dalam jumlah yang signifikan (Kadekova & Holiencinova, 2018). Dari persentase penggunaan media sosial Instagram yang sudah dijelaskan, dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam pembentukan *personal branding*.

Media sosial pada dasarnya memiliki pengaruh yang cukup besar karena memudahkan menyampaikan dan memperoleh informasi yang dapat berlangsung secara cepat, maka dari itu media sosial juga mempunyai peluang yang sangat besar dalam perubahan sikap dan pola pikir masyarakat (Tulandi, Rifai & Lubis, 2021). Di mana, *influencer* ikut berperan dalam bagian perubahan sikap dan pola pikir masyarakat yang disebutkan. Seperti yang sudah dikatakan sebelumnya, media sosial merupakan media paling umum yang digunakan masyarakat pada saat ini. Kemudahan mengakses Internet dan informasi lainnya sesuai dengan kebutuhan publik membuat media sosial menjadi media paling banyak dipakai oleh masyarakat. Sehingga, *influencer* pun dapat berkembang secara pesat dalam melakukan pekerjaannya mempengaruhi orang lain lewat media sosial yang ada.

Dalam buku, *The Master Book of Personal Branding*, dikatakan bahwa *personal branding* merupakan cara seseorang untuk mengambil kendali penilaian orang lain atas diri individu tersebut (Raharjo, 2019). Selain itu, seperti yang dikutip dalam artikel 'Penggunaan Media Sosial untuk *Personal Branding*' oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *personal branding* adalah proses pembentukan persepsi masyarakat atau publik terhadap aspek yang dimiliki seseorang (Siregar, 2021). Dari pengertian-pengertian tersebut, *personal branding* merupakan aspek penting yang harus dimiliki oleh tokoh publik, termasuk di antaranya adalah *influencer*.

Nadia Ninette merupakan seorang *influencer* dan *content creator* gaya hidup sehat melalui konten olahraga dan pola makan sehat. Akun media sosialnya mulai melejit semenjak video '4 Gerakan Simple Bikin Cepat Kurus' di akun TikTiknya tembus 5 juta *views* pada tanggal 8 Agustus 2020 lalu. Semenjak itu, Nadia memfokuskan konten olahraga dan pola hidup sehat seperti pola makan, dan makanan sehat di akun TikTiknya.

Tidak hanya lewat TikTok, Nadia juga memposting kontennya di akun media sosial Instagramnya. Karena fitur-fiturnya, Instagram merupakan media di mana Nadia Ninette dapat melihat dampak dan respons yang didapat dari *followers*-nya lewat video dan *postingan* mereka di mana mereka dapat *tag* akun Instagramnya. Video dan *postingan* tersebut berisi kegiatan olahraga mereka, makanan mereka, ataupun foto transformasi tubuh mereka sebelum dan sesudah olahraga di mana hal tersebut terinspirasi dari konten yang disediakan Nadia Ninette.

Saat ini Nadia Ninette memiliki sekitar 237 ribu *followers* di akun TikTiknya dan 121 ribu *followers* di akun Instagram. Angka-angka tersebut tergolong banyak dan membuktikan bahwa banyak orang yang memiliki ketertarikan dengan apa yang Nadia Ninette berikan dalam kontennya di kedua media sosial tersebut. Secara singkat, dapat disimpulkan bahwa *personal branding* Nadia Ninette merupakan gaya hidup sehat lewat olahraga dan pola makan sehat.

Terdapat 8 konsep utama dalam membentuk *personal branding* menurut Peter Montoya. 8 konsep tersebut yaitu; spesialisasi (*the law of specialization*), kepemimpinan (*the law of leadership*), kepribadian (*the law of personality*), perbedaan (*the law of distinctiveness*), visibilitas (*the law of visibility*), kesatuan (*the law of unity*), keteguhan (*the law of persistence*), dan nama baik (*the law of goodwill*). Ke 8 konsep utama ini diyakini merupakan syarat dari terbentuknya *personal branding* seseorang. Namun, dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan 6 dari 8 konsep utama tersebut yang diyakini peneliti lebih menonjol dalam pemberlakuan *personal branding* dalam media sosial, di mana 2 konsep yang tidak diikutsertakan yaitu perbedaan dan kesatuan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah *personal branding* Nadia Ninette memenuhi 6 konsep utama tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam menganalisis *personal branding influencer* Nadia Ninette melalui konten olahraga dan pola hidup sehat di media sosial Instagram, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan *setting* tertentu yang ada di dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena: apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya? (Fadli, 2021). Dalam hal ini, peneliti melakukan penelitian mengenai fenomena *personal branding* yang dilakukan oleh *influencer* gaya hidup sehat, Nadia Ninette melalui 6 dari 8 konsep utama *personal branding* menurut Peter Montoya.

Sementara metode deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan kegiatan penelitian yang dilakukan pada objek tertentu secara jelas dan sistematis (Amane & Laali, 2022). Di mana kegiatan penelitian berupa wawancara dengan narasumber terkait dan juga observasi akun media sosial Nadia Ninette.

Sumber data yang digunakan peneliti terbagi menjadi 2, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer meliputi hasil wawancara dengan Nadia Ninette selaku *influencer* olahraga dan pola hidup sehat, bapak Farco Siswiyanto Raharjo selaku penulis buku '*The Master Book of Personal Branding*' dan Bagus selaku salah satu *followers* Nadia Ninette di Instagram.

Data sekunder meliputi data-data yang diambil dari berbagai jurnal sebelumnya yang juga meneliti *personal branding* dan juga buku yang membahas mengenai *personal branding*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti meliputi; wawancara dengan para narasumber, observasi akun media sosial Nadia Ninette, dan juga dokumentasi berupa *screenshot* aktivitas Nadia Ninette dan *followers*-nya terkait dengan konten olahraga dan pola hidup sehat di Instagram.

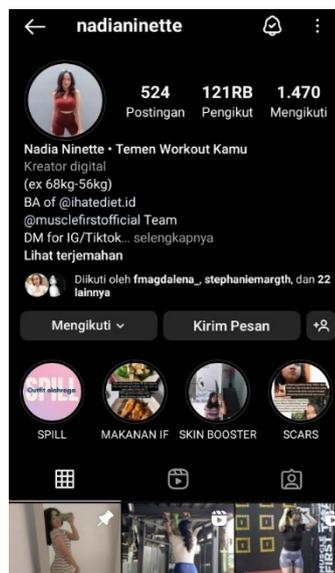
Teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan peneliti yaitu triangulasi yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis maupun interpretatif dari penelitian kualitatif yang dilakukan (Mekarisce, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nadia Ninette merupakan seorang *influencer* dan *content creator* di bidang olahraga atau disebut *work out* dan pola hidup sehat seperti makanan dan pola makan yang sehat serta cara diet sehat, lebih tepatnya diet dengan cara *intermitten fasting*. Nadia Ninette memulai konten olahraga dan pola hidup sehatnya di tahun 2020 melalui media sosial TikTok, kemudian pada tahun 2021, ia pun memulai kontennya di Instagram.

Gambar 2. Tampilan Instagram Nadia Ninette

Sumber: Instagram Nadia Ninette @nadianinette, 2023



Konten yang disajikan Nadia Ninette di akun media sosial Instagramnya yaitu *home work out* (olahraga di rumah), diet *intermitten fasting*, menu makanan sehat, *work out challenge*, dan baru-baru ini yaitu konten olahraga di *gym*. Kontennya ia kemas dengan ringan dan *friendly* sehingga para *followers*-nya tidak kesulitan untuk mengerti isi kontennya dan bahkan terinspirasi untuk ikut melakukan apa yang Nadia sajikan mengenai olahraga dan pola hidup sehat dalam media sosial Instagramnya.

Berdasarkan penelitian menurut 6 konsep *personal branding* menurut Peter Montoya yang sudah dilakukan, berikut merupakan bentuk *personal branding* Nadia Ninette di media sosial Instagram melalui konten olahraga dan pola hidup sehat:

Spesialisasi

Spesialisasi yang dimaksud dalam *personal branding* yaitu suatu kualitas yang dimiliki seorang tokoh yang membuatnya dikenal di mata publik. Spesialisasi itu sendiri meliputi keahlian, tingkah laku, gaya hidup, misi, produk, profesi, dan layanan (Raharjo, 2019). Spesialisasi dari seorang *influencer* atau *content creator* juga dapat dilihat dari jenis konten yang ditampilkan oleh mereka di media sosial. Konten yang membuat publik langsung teringat kepada *influencer* tersebut.

Dari konten yang disajikan Nadia Ninette, gaya hidup merupakan spesialisasi yang dikenal oleh para *followers*-nya, tepatnya gaya hidup sehat. Namun dari banyaknya jenis konten gaya hidup sehat yang ditampilkan Nadia Ninette, terdapat beberapa konten yang dirasa lebih khas dengan nama Nadia Ninette sebagai *influencer* olahraga dan pola hidup sehat.

Berdasarkan hasil penelitian, spesialisasi Nadia Ninette dalam *personal branding* di akun media sosial Instagramnya yakni olahraga dan pola hidup sehat sudah terpenuhi, khususnya di bidang diet dan *work out*. Berikut merupakan pernyataan para narasumber.

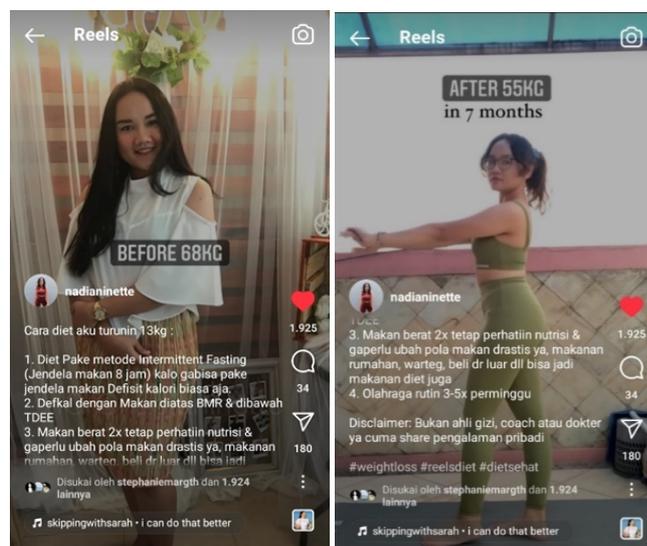
Nadia Ninette memberikan pernyataan berikut: "Konten yang paling khas itu sebenarnya *story journey* berat badan gue sih, yang dari awalnya 68 kg ke 55 kg, itu gue kayak *story telling* gimana perjalanan *diet journey* gue, itu yang paling orang suka. Sama yang kedua, yang paling orang suka pas gue bikin *work out challenge*. Jadi kayak, kalau gue bikin *simple workout challenge*, kayak ngajak orang-orang untuk olahraga bareng gue, gitu. Jadi *engagement* (hubungan antara seseorang dengan yang lainnya) gue juga bagus di situ karena banyak orang-orang yang ngikutin."

Farco Raharjo selaku penulis buku '*The Master Book of Personal Branding*' memberikan pernyataan berikut: "Saya melihat di olahraga dan dietnya. Pola sebagai mana perempuan itu ideal. Di bidang kesehatannya, ya. Jadi pola hidup sehatnya. Bukan kesempurnaan fisik, akan tetapi bagaimana dia mensosialisasikan pola hidup sehat bagi seorang wanita."

Bagus (@bagusaprrr), memberikan pernyataan berikut: "*Diet journey* dan *work out challenge*. Karena *work out challenge* banyak banget yang ikutin dari video Kak Ninet. Kalau *diet journey*-nya sendiri karena sangat inspiratif dan *real* gitu. Kan banyak ya, orang lain diet-diet tapi ternyata pakai obat pelangsing, nah, kalau Kak Ninet bener-bener ngasih tau semua perjalanan dietnya."

Gambar 3. Postingan konten *body transformation* Nadia Ninette di Instagram

Sumber: Instagram Nadia Ninette @nadianinette, 2023



Spesialisasi Nadia Ninette sebagai seorang *influencer* di media sosial Instagram yaitu di bidang diet dan *work out* di mana dalam konten-konten yang terkait dengan kedua hal tersebut, Nadia Ninette menyajikan konten berupa motivasi untuk diet dan berolahraga, perjalanan atau *journey*-nya selama ia melakukan diet termasuk di dalamnya foto dan video berupa *before-after* penampilannya, menu dan resep makanan yang ia konsumsi selama melakukan diet tersebut, *tips* untuk *workout* bagi *followers*-nya yang masih pemula, rutinitas *workout* yang bisa diikuti oleh para *followers*-nya baik itu bagi mereka yang melakukannya di *gym* maupun di rumah.

Kepemimpinan

Menurut dua orang ahli dari luar negeri yaitu Rauch dan Behling, kepemimpinan memiliki pengertian sebagai proses memengaruhi aktivitas-aktivitas sebuah kelompok yang diorganisasikan ke arah pencapaian tujuan (Raharjo, 2019). Dalam hal ini, Nadia Ninette sebagai *influencer* olahraga dan pola hidup sehat bermaksud untuk mempengaruhi *followers*-nya untuk ikut hidup sehat melalui olahraga, makan makanan sehat, ataupun menggunakan metode diet yang ia gunakan lewat kontennya di media sosial Instagram. Pengaruh yang dimaksud pun dapat berupa motivasi.

Konsep kepemimpinan Nadia Ninette di media sosial Instagram terlihat dari jumlah *followers*-nya yang sudah mencapai 120 ribu, memotivasi dalam bidang diet, *body transformation*, *gym work out routine*, *home work out routine* dan menu makanan sehat. Serta mampu menyebarkan *awareness* mengenai produk yang bekerja sama dengannya lewat konten yang ia sajikan. Berikut merupakan pernyataan dari berbagai narasumber.

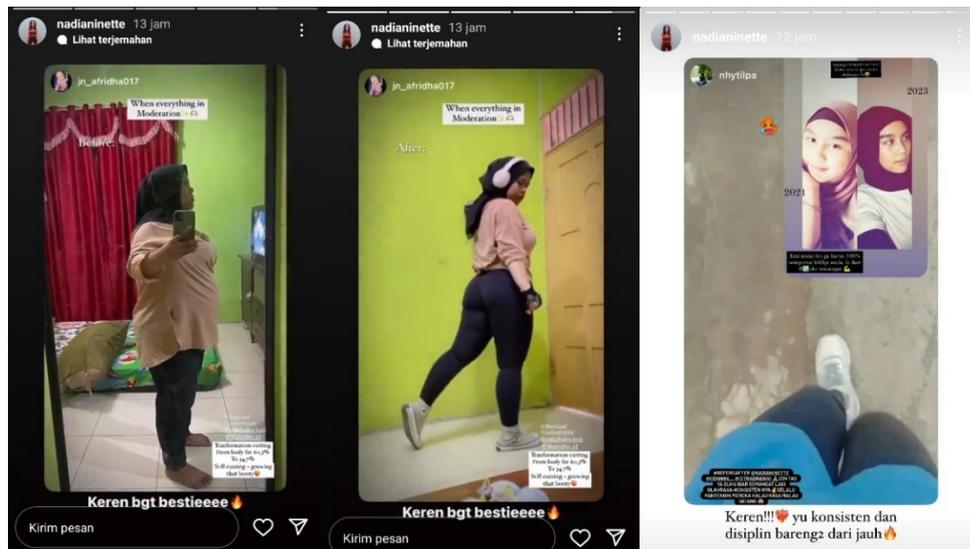
Nadia Ninette memberikan pernyataan berikut: "Iya, sudah cukup mempengaruhi. Contohnya, gue suka *share* tentang diet gue yang ngelakuin *intermitten fasting* sama makanan-makanannya, gue bikin semacam *highlight* buat mereka lihat, makanan yang gue makan, terus cara diet gue yaitu *intermitten fasting*, nah, dengan begitu, temen-temen gue, maksudnya *bestie-bestie online* gue atau *followers-followers* gue ini suka banget nge-*tag* gue di *story*-nya mereka kayak, 'Hari ini bikin menu *intermitten fasting* kayak kak Ninet'. Jadi mereka ngikutin resep gue, ngikutin cara diet gue yang *intermitten fasting*, itu tuh nge-*tag* gue di *story*-nya mereka, jadi gue tahu kalau mereka lagi diet dan melakukan diet yang sama kayak gue."

Farco Siswiyanto Raharjo memberikan pernyataan berikut: "Saya yakin dia memiliki *fans*, setiap tokoh *public figure* atau *content creator* itu punya komunitas fans-nya. Jadi, jiwa kepemimpinan yang melekat dan dia bentuk ini nantinya untuk mengkoordinir *fans*-nya, juga netizen yang ada di *followers* medsosnya. Dibuktikan dengan *followers* dia sekitar 120 ribu, itu sudah di atas 10 ribu. Dan secara *brand mark* melalui terminologi *personal branding*, sudah berdampak jiwa *leadership*-nya dia. Sehingga lambat laun, *followers* yang awalnya sedikit ini meningkat sampai angka 120 ribu. Tanpa *leadership* yang dibangun, itu tidak akan mungkin terjadi."

Bagus memberikan pernyataan berikut: “Pastinya hampir semua termotivasi, salah satunya cara diet dan *body transformation*-nya karena ga mudah buat orang yang dulunya obesitas bisa konsisten dan menunjukkannya ke media sosial.”

Gambar 4. *Repost story followers Nadia Ninette di Instagram*

Sumber: Instagram Nadia Ninette @nadianinette, 2023



Dalam hal kepemimpinan, konten-konten yang disajikan Nadia Ninette mengenai olahraga dan pola hidup sehat di media sosial Instagramnya berhasil memotivasi para *followers*-nya untuk ikut melakukan hal yang sama pula. Dalam hal ini, para *followers* Nadia Ninette kerap membuat *story* Instagram kemudian *tag* akun Instagram Nadia Ninette untuk menunjukkan bahwa mereka melakukan hal yang sama dengan apa yang ditampilkan Nadia Ninette di kontennya.

Kepribadian

Konsep kepribadian dalam *personal branding* juga memiliki pengertian bahwa sebuah *personal brand* yang baik harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya dan hadir dengan ketidaksempurnaannya, serta, seseorang harus memiliki kepribadian yang baik namun tidak harus menjadi sempurna (Raharjo, 2019).

Mengenai unsur kepribadian dalam *personal branding*, Nadia Ninette menampilkan kepribadian yang positif dan bersemangat di media sosial Instagramnya yang ia sesuaikan dengan membuat label ‘Temen Workout Kamu’ yang ia cantumkan di *bio* Instagramnya. Berikut merupakan pernyataan para narasumber.

Nadia Ninette memberikan pernyataan: “Kepribadian gue di media sosial dan di kehidupan nyata itu kurang lebih sama. Gue tipe yang suka belajar banyak hal, suka *sharing* banyak hal dan suka bersosialisasi dengan banyak orang secara virtual ataupun *real life*. Untuk keseluruhan kepribadian itu gak semua ditampilkan di Instagram, karena kepribadian di media sosial yang gue tampilkan itu rata-rata

kepribadian yang positif dan *energetic* (semangat) untuk membawa semangat atau bikin *bestie online* semangat.”

Mengenai hal *labelling* ‘Temen Workout Kamu’ yang dicantumkan Nadia Ninette, ia memberikan pernyataan berikut: “Gue emang ngebangun *personal branding* gue itu buat ngajak orang untuk aktif gerak terus olahraga bareng gue, makanya gue suka ngasih *simple challenge* buat mereka ngikutin apa yang gue bikin, gitu. Jadi dengan kayak gitu mereka bakalan *stay* untuk ngelihat Instagram gue terus, kayak ‘Kak Ninet hari ini bikin apa, ya?’ kayak gitu, loh. Kayak, gue juga ngasih *tips-tips work out* ataupun *tips-tips diet*, kayak gitu, sih.”

Farco memberikan pernyataan: “Berkaitan dengan kepribadian itu bisa tanda kutip kepribadian yang positif, kedua yang negatif. Dengan Nadia, saya lihat semua kontennya *positive education*. Karena dia memberikan *tips-tips* olahraga, pola hidup sehat, konsumsi makanan, apa saja yang harus dimakan dan diminum, kemudian *tips* olahraga, kemudian waktunya, timing-nya, pola hidup sehatnya, ini semua positif. Dan saya rasa dia memiliki ketidaksempurnaan yang ditutupi dengan konten-konten yang positif. Sehingga orang tidak menyangka ada hal yang tidak sempurna di balik dia. Dia berusaha untuk *mem-framing* untuk jangan sampai hal itu terkuak. Maka ia membuat *brand mark* atau *mem-branding* melalui *personal branding* melalui tayangan-tayangan yang positif. Melalui tayangan pola hidup sehat maupun olahraga.”

Mengenai hal *labelling* ‘Temen Workout Kamu’ yang dimiliki Nadia Ninette di media sosial Instagramnya, Farco memberikan pernyataan sebagai berikut: “Saya melihat dia membangun label ini menggunakan pendekatan kepribadian yang melekat pada dirinya. Dia yang *open mind*, dia yang *humble* dengan orang lain, dengan teman-temannya. Akhirnya menjadikan Nadia Ninette ini membangun *branding* melalui *labeling* yang dinamakan ‘Temen Workout Kamu’ itu.”. Dalam hal label ini, Bagus memberikan pernyataan: “Iya sesuai karena beliau sering banget bikin konten ngajak *followers*-nya buat olahraga bareng di mana pun.”

Nadia Ninette memiliki kepribadian yang positif dan semangat dalam media sosial Instagramnya yang ia tampilkan melalui konten-konten olahraga dan pola hidup sehat. Label ‘Temen Workout Kamu’ yang ia cantumkan pun terbukti dengan konten-kontennya yang berisi ajakan untuk para *followers*-nya ikut berolahraga dengan rutinitas dan motivasi yang ia tampilkan dalam konten-konten tersebut.

Visibilitas

Ketika seseorang ingin membentuk *personal branding* yang baik, tentunya *personal branding* tersebut harus konsisten terlihat di mata public, sampai akhirnya publik mengenal orang tersebut. Agar *personal branding* seseorang menjadi *visible* (terlihat), maka ia harus mempromosikan dirinya, *memasarkan* dirinya dan juga menggunakan berbagai kesempatan yang ada untuk melakukan kedua hal tersebut (Raharjo, 2019).

Dalam memenuhi unsur visibilitas, Nadia Ninette tetap konsisten dalam mengunggah konten-konten olahraga dan pola hidup sehat di Instagram. Berikut merupakan pernyataan para narasumber.

Nadia Ninette memberikan pernyataan: “Mulai tahun ini sebenarnya gue mulai konsisten harus *posting* minimal satu *reels* satu hari, jadi kayak misalnya kalau lo lihat, itu kan gue juga bisa narik juga ya, data *professional dashboard* gue, gue selalu *posting* satu hari satu *reels*, gitu. Jadi gue sudah cukup konsisten sih, di situ. Bahkan kadang, dua *reels* satu hari, biar orang-orang selalu, kalau misalnya buka Instagram, selalu ada gue, gitu.”

Farco memberikan pernyataan: “Visibilitas ini adalah memasarkan atau mempromosikan dirinya sendiri. Jadi saya melihat apakah sudah memenuhi, saya lihat sudah. Karena dia memasarkan dirinya di dalam 1 bidang. Nadia ini dia *branding* atau merancang brand-nya di bidang olahraga dan kesehatan. Ini adalah aspek visibilitas. Kesehatan dan olahraga, *tips-tips* yang ia berikan itu artinya membangun secara *brand made*, menjadikan dia memenuhi unsur visibilitas dengan memasarkan atau *marketing strategy* melalui *personal branding*nya di bidang kesehatan dan juga di bidang olahraga.”

Bagus memberikan pernyataan: “Beliau sangat konsisten, bahkan beliau mengajarkan saya untuk rajin *upload* konten juga. Pokoknya setiap buka IG (Instagram)/TikTok pasti muncul postingan terbaru Kak Nadia.”

Nadia Ninette membuktikan konsep visibilitas ini melalui konsistensinya dalam mengunggah konten olahraga dan pola hidup sehat di media sosial Instagram setiap harinya, sehingga para *followers*-nya selalu menemukan konten yang ia unggah setiap kali mereka membuka media sosial Instagram mereka. Dan juga dengan konten-konten yang ia unggah dalam media sosialnya selalu berhubungan dengan olahraga dan pola hidup sehat sehingga visibilitasnya sebagai seorang *influencer* di mata para *followers*-nya dalam bidang tersebut terpenuhi.

Keteguhan

Keteguhan yang dimaksud dalam *personal branding* yaitu seseorang harus teguh dan konsisten mempertahankan jenis *personal branding* yang mereka jalani, tanpa adanya perubahan. Keteguhan *personal branding* juga membutuhkan waktu untuk bertumbuh di mata publik, tidak semata-mata berhenti di tengah jalan. Selama proses pertumbuhan *personal branding* tersebut, seseorang pun butuh memperhatikan *trend* yang sedang muncul di publik (Raharjo, 2019).

Nadia Ninette memenuhi unsur keteguhan ini sebagai seorang *influencer* olahraga dan pola hidup sehat di media sosial Instagramnya dengan tetap konsisten mengunggah konten-konten berisi olahraga dan hidup sehat dan mengikuti *trend* yang ada untuk diaplikasikan ke dalam konten-kontennya agar tetap relevan untuk ditonton para *followers*-nya.

Berikut merupakan pernyataan dari para narasumber:

Nadia Ninette memberikan pernyataan: “Sejak 2020, gue sudah mulai ngonten, dan di situ juga gue sudah mulai konsisten sebenarnya. Tapi dari TikTok dulu. Dari TikTok gue konsisten di 2020, 2021 baru gue *move* ke Instagram juga, jadi gue punya 2 *platform*, nih, buat ngajakin orang diet sama olahraga. Langkah-langkahnya sebenarnya gue ngikutin *up to date* (hal terkini) nya masing-masing *platform*, sih. Jadi gue tetap bikin resep makanan seperti biasa, tetap bikin *tips* diet,

tips olahraga, sama *tips* olahraga di rumah, sama olahraga di *gym*, kayak seperti biasa, sama. Cuma, ngikutin *up to date* lagu-lagunya sesuai *platform*nya aja.”.

Farco memberikan pernyataan berikut: “Saya melihat keteguhan itu berkaitan dengan sikap menghadapi situasi yang ada. Termasuk situasi yang tidak diinginkan. Ketika dia tidak memiliki keteguhan batin atau kemampuan menerima segala situasi yang ada, maka dia tidak akan melanjutkan kontennya. Keteguhan ini, dengan *post* sekitar 500 lebih yang dilakukan oleh Nadia, saya melihat dia masih memiliki keteguhan sampai sekarang. Dengan dia tetap konsisten melakukan *uploading* materi yang bersifat kesehatan maupun olahraga.”.

Bagus memberikan pernyataan berikut: “Ada perubahan, isi kontennya pastinya lebih *update* (mengalami pembaruan), selalu mengikuti *trend* dan kalau ditanya konsisten pastinya sangat konsisten.”.

Gambar 5. Postingan konten *challenge work out*

Sumber: Instagram Nadia Ninette @nadianinette, 2023



Dalam media sosial Instagramnya, Nadia Ninette konsisten dalam mengunggah konten yang berupa olahraga dan pola hidup sehat mulai dari awal ia mengunggah konten-konten tersebut sampai saat ini. Berbagai *trend* yang ada dalam media sosial pun diaplikasikan oleh Nadia Ninette ke dalam konten-kontennya agar tetap relevan untuk ditonton oleh para *followers*-nya . Contoh konten yang ia unggah mengenai *trend* ini yaitu rutinitas *workout* menggunakan lagu yang sedang *trend* atau viral di media sosial dan juga memasukkan musik latar belakang yang sedang *trend* dalam setiap kontennya yang berupa video.

Nama Baik

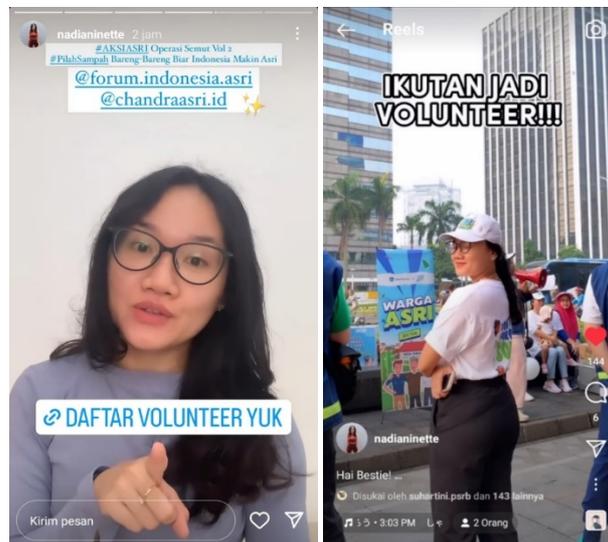
Personal brand seseorang akan bertahan lama dan membuahkan hasil yang baik jika seseorang yang membentuk *personal branding* tersebut diasosiasikan dengan hal-hal yang baik pula. Dengan terjaganya nama baik seseorang di depan *public*, maka publik tentunya akan mempercayai seseorang tersebut terutama mengenai hal-hal ataupun bidang yang berkaitan dengannya. Seseorang yang

membentuk *personal branding* harus bisa diasosiasikan dengan nilai atau hal yang diakui positif secara umum (Raharjo, 2019).

Dalam memenuhi konsep nama baik dalam *personal branding*, Nadia Ninette memberikan motivasi bagi para *followers*-nya lewat konten-konten yang ia sajikan untuk melakukan diet, olahraga dan pola hidup sehat secara natural tanpa harus menyiksa diri seperti mengonsumsi obat-obat pelangsing atau makanan-makanan yang kurang enak. Selain itu, di luar dari konten olahraga dan pola hidup sehat, Nadia Ninette juga mengikuti aksi *volunteer* untuk membersihkan lingkungan yang bernama #AKSIASRI Operasi Semut yang diadakan oleh sebuah organisasi konservasi lingkungan bernama Forum Indonesia Asri.

Gambar 6. Postingan #AKSIASRI Nadia Ninette di Instagram

Sumber: Instagram Nadia Ninette @nadianinette, 2023



Berikut merupakan pernyataan para narasumber:

Nadia Ninette memberikan pernyataan berikut: “Gue cuma bilang ke *followers* gue kalo diet itu nggak semenyiksa itu, loh. Gue percaya kalau misalnya banyak orang di luar sana yang baru mulai diet tapi nggak tahu, kan, harus mulai dari mana. Dan mereka itu mikir kalo diet itu makannya rebus-rebusan. Makannya yang rebus-rebusan yang nggak enak dan hambar, karena gue juga pernah ada di posisi yang nggak tahu harus mulai dari mana dan mikir diet itu menyiksa. Jadi gue suka *sharing* tentang diet gue, karena gue pengen kasih tahu kalau misalnya diet itu, lo tetep bisa makan makanan yang enak, loh, asal 70% itu lo makan makanan yang bergizi buat kebutuhan tubuh lo, 30% lo makan suka-suka. Gue bilanginya sih lebih ke *lovely meal*, kayak makanan yang kita suka. Kalau gue bilanginya, lebih *positive vibes*nya itu kayak *lovely meal* aja gitu, yang kayak lo nggak mesti mikirin kalori, ya udah di 30% itu.”

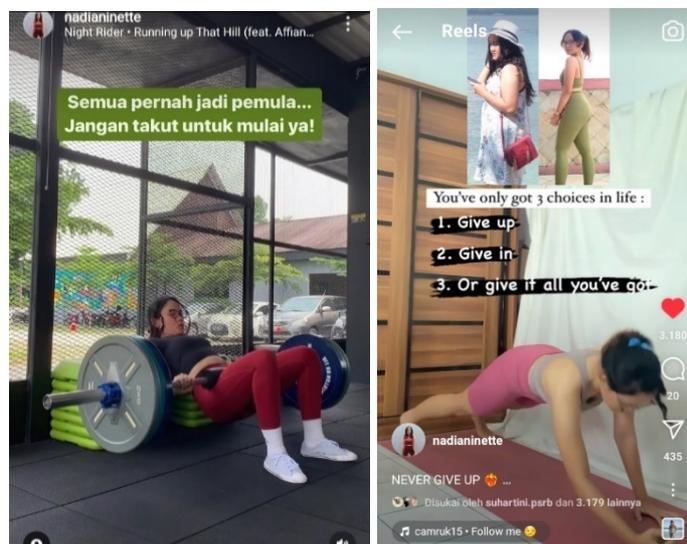
Farco memberikan pernyataan berikut: “Konten-konten Nadia yang berisi motivasi bagi para *followers*-nya untuk berolahraga serta melakukan pola hidup sehat sudah memenuhi konsep nama baik dikarenakan apa yang dilakukan oleh Nadia tersebut merupakan *stimulant* (dorongan), kemudian yang menumbuhkan respons.

Respons tersebut adalah respons minat seseorang atau berbagai kalangan dalam kelompok *followers* itu untuk melaksanakan pola hidup sehat maupun melaksanakan olahraga. Dengan demikian, *impact* atau dampak yang didapatkan oleh Nadia adalah konsep nama baik itu melekat pada diri Nadia sebagai seorang *influencer* di bidang olahraga maupun di kesehatan atau di pola hidup sehat itu.”

Bagus memberikan pernyataan berikut: “Kesan yang baik selama *follow* Kak Nadia, di setiap *content* perjuangan dietnya selalu ngasih motivasi ke *followers*-nya bahwa semua orang bisa berubah asal ada niat dan kemauan.”

Gambar 7. Postingan konten motivasi Nadia Ninette di Instagram

Sumber: Instagram Nadia Ninette @nadianinette, 2023



Konten-konten Nadia Ninette di Instagram yang membuktikan konsep nama baik ini yaitu video-video motivasi berupa kegiatan olahraga dan perjalanan dietnya yang diiringi dengan kalimat-kalimat motivasi dan juga hasil *repost story Instagram* dari para *followers*-nya yang juga disertai dengan kalimat-kalimat motivasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, Nadia Ninette sebagai seorang *influencer* sudah merealisasikan ke 6 dari 8 konsep *personal branding* menurut Peter Montoya melalui konten-konten olahraga dan pola hidup sehat yang ia tampilkan di media sosial Instagramnya, yakni spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, visibilitas, keteguhan, dan nama baik.

Di mana untuk konsep spesialisasi, Nadia Ninette sebagai seorang *influencer* terkenal khas dengan konten diet dan olahraganya, untuk konsep kepemimpinan ditunjukkan dari para *followers*-nya yang ikut terpengaruh untuk melakukan diet, olahraga dan pola hidup sehat seperti yang ditampilkan Nadia Ninette di dalam konten-kontennya, untuk konsep kepribadian Nadia Ninette di Instagram memiliki kesesuaian dengan kepribadiannya di kehidupan nyata walaupun tidak keseluruhan dan juga kepribadian yang sesuai dengan label yang ia cantumkan di Instagramnya

yaitu ‘Temen Workout Kamu’, untuk konsep visibilitas Nadia Ninette sudah memenuhinya karena ia memasarkan dirinya dalam 1 bidang yaitu olahraga dan Kesehatan serta konsistensinya dalam mengunggah konten olahraga dan pola hidup sehat di Instagram, untuk keteguhan Nadia Ninette pun sudah memenuhinya dengan cara tetap aktif mengunggah konten olahraga dan pola hidup sehat di Instagramnya serta mengikuti apa yang sedang *trending* di media sosial Instagram untuk ia terapkan dalam konten-kontennya, serta yang terakhir konsep nama baik di mana Nadia Ninette memotivasi para *followers* dan *viewers* Instagram untuk berolahraga dan melakukan pola hidup sehat dengan cara yang natural tanpa menyiksa diri sendiri melalui konten-kontennya di Instagram, serta melakukan kegiatan positif di luar olahraga dan pola hidup sehat yaitu mengikuti kegiatan *volunteer* membersihkan lingkungan.

Diharapkan dari penelitian ini agar Nadia Ninette tetap mempertahankan 6 konsep *personal branding* yang sudah ia jalani selama menjadi *influencer* olahraga dan pola hidup sehat di media sosial Instagram untuk ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amane, Ade Putra Ode dan Sri Ayu Laali. (2022). *METODE PENELITIAN*. Kabupaten Solok: PENERBIT INSAN CENDEKIA MANDIRI
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 33-54
- Kadekova, Zdenka dan Maria Holiencinova. (2018). INFLUENCER MARKETING AS A MODERN PHENOMENON CREATING A NEW FRONTIER OF VIRTUAL OPPORTUNITIES. *Communication Today*, 90-104
- Liedfray, Tongkotow, Fonny J. Waani dan Jouke J. Lasut. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 1-13
- Listianingrum, Ria, Ana Fitriana Poerana, dan Weni A. Arindawati. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA MAHASISWA. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 11-23
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 145-151
- Raharjo, F. S. (2019). *THE MASTER BOOK OF PERSONAL BRANDING*. Yogyakarta: Penerbit QUADRANT
- Rizaty, M.A. 2022. Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022. DataIndonesia.id pada 28 November 2022. Diakses dari portal <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022> pada Januari 2023

Siregar, R. K. 2021. Penggunaan Media Sosial untuk Personal Branding. KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA pada 15 September 2021. diakses dari portal <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-rsk/baca-artikel/14222/Penggunaan-Media-Sosial-untuk-Personal-Branding.html> pada Januari 2023

Tulandi, E. Vinnesia, Maulana Rifai dan Fardiah Oktariani Lubis. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental. *Jurnal PETIK*, 136-143