

ABSTRAK

Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial *Twitter* Terhadap *Personal Branding* Pada *Followers* (Studi Terhadap *Followers* Akun Dara Prayoga)

Oleh

Prita Puspitasari

Kegiatan *personal branding* semakin terbuka seiring dengan perkembangan teknologi internet. Di dunia dengan tingkat kompetisi yang semakin ketat, mengharuskan seseorang untuk semakin cerdas dalam merebut pasar dengan memanfaatkan jejaring sosial *Twitter* dalam menunjang keberhasilan karirnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seberapa besar “pengaruh penggunaan jejaring sosial *twitter* terhadap *personal branding* pada *followers*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan jejaring sosial *twitter* terhadap *personal branding* pada *followers*. Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan dengan metode survei yang menggunakan kuesioner *online*. Populasi pada penelitian ini *followers* akun *twitter* Dara Prayoga sebanyak 219.470 per-tanggal 28 Maret 2015 pukul 07.01 WIB dan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teori *uses and effects*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh penggunaan jejaring sosial *twitter* terhadap *personal branding* pada *followers* sebesar 52,4% dari berbagai faktor yang dibahas dalam penelitian ini, dan 47,6% lainnya disebabkan oleh faktor lain yang bukan bagian dari penelitian ini. Nilai korelasi pengaruh penggunaan jejaring sosial *twitter* terhadap *personal branding* pada *followers* adalah 0,724 yang berada pada rentang tinggi.

Kata Kunci: *twitter, personal branding, followers, uses and effects*