

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) REYNALDI RIFALDO (915160046)

(B) MEMBANGUN PERSONAL BRANDING PASCA AJANG
KONTES PRIA INTERNATIONAL (STUDI TERHADAP MISTER
INTERNASIONAL INDONESIA 2015)

(C) xii + 55 Halaman, 1 tabel, 12 gambar, 3 lampiran

(D) *PUBLIC RELATIONS*

Penelitian ini membahas mengenai seorang pelaku *pageant* yang mengembangkan karir pasca kompetisi ajang internasional. Banyak pelaku *pageant* yang tidak menyadari bahwa dirinya mempunyai potensi dan berakhir dengan menyalahkan diri sendiri. Namun demikian, ada beberapa pelaku *pageant* yang berhasil mengembangkan karir mereka. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui konsep-konsep *personal branding* dalam karir seorang pelaku *pageant* setelah kepulangannya membela Indonesia. Subyek dari penelitian ini adalah Mister Internasional Indonesia 2015 dan objek penelitian ini adalah *personal branding*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi dan analisis secara deskriptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *personal branding* pelaku *pageant* internasional dalam penelitian ini, diawali dengan pemetaan diri dan menetapkan tujuan karir pasca kompetisi ajang internasional. Pemetaan diri yang baik, tujuan yang jelas, dan intropeksi diri diyakini akan menghasilkan kualitas yang baik dalam perjalanan karirnya. Proses awal dalam *personal branding* ini didasari prinsip persistensi, yang menjadi keunikan dalam membangun *personal branding* yang baik di dalam pengembangan karir dan kehidupan.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Karir, Pelaku *Pageant*, Menginspirasi

(E) DAFTAR PUSTAKA: 7 buku, 2 jurnal, 3 sumber website

(F) Dr. Riris Loisa, M.Si.