

Abstrak

Penelitian yang berjudul “**Strategi Personal Branding Fashion Blogger Cassandra Dini melalui Blog**” bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh Cassandra Dini dalam membangun personal brandingnya sebagai seorang fashion blogger.

Penelitian ini membahas pada unsur-unsur pembentuk personal branding sesuai pada konsep FRED yang terdiri dari 1) *familiarity*, 2) *relevance*, 3) *esteem*, 4) *differentiation*.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, penelusuran data online, dan dokumentasi, serta menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *familiarity* terbentuk berdasarkan kepribadian yang dimiliki Cassandra Dini sebagai *fashion blogger*, 2) *relevance* menunjukkan adanya hubungan antara Cassandra Dini dengan *personal branding* yang diinginkan, 3) *esteem* terbentuk berdasarkan kredibilitas dan pencapaian yang dimiliki oleh Cassandra Dini, 4) *differentiation* memperlihatkan ciri khas Cassandra Dini sebagai pribadi yang berbeda.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Media Baru, Blog