

ABSTRAK

Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Bahkan, Instagram kini menjadi media dimana seseorang dapat melakukan Personal Branding untuk dapat mencapai visi-visi tertentu. Fashion Blogger dapat memanfaatkan media sosial Instagram untuk berkomunikasi secara visual melalui unggahan-unggahan foto pada profil. Untuk dapat menjadi unggul dari yang lainnya, maka dibutuhkan Personal Branding yang otentik untuk dapat menjadi efektif. Olivia Lazuardy adalah Fashion Blogger yang kerap mendapatkan penghargaan-penghargaan pada bidang *fashion* dalam 2 tahun belakangan ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan Authentic Personal Branding Olivia Lazuardy sebagai Fashion Blogger. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan didasarkan oleh konsep kriteria Authentic Personal Branding oleh Rampersad. Hasil penelitian menyebutkan bahwa penerapan Authentic Personal Branding Fashion Blogger Olivia Lazuardy berhasil memiliki keotentikan, berpegang pada pedoman moral yang ditetapkan, fokus pada satu bidang khusus, memiliki konsistensi, relevan terhadap minat audiens, memiliki visibilitas, dapat dikatakan sebagai pemimpin yang efektif, dan memiliki kinerja yang baik. Peneliti menyarankan agar Olivia Lazuardy dapat lebih memerhatikan diferensiasi yang dimilikinya untuk dapat unggul di pasar sebagai Fashion Blogger. Selain membina hubungan baik dengan pengikut maupun brand luxury, peneliti juga menyarankan apabila Olivia meningkatkan hubungan juga dengan brand lokal.

Kata kunci : Personal Branding, Media Sosial, Instagram, Fashion Blogger, Authentic Personal Branding