

ABSTRAK

Adanya perkembangan zaman dan teknologi, mencari peluang bisnis maupun peluang lainnya sangat dipermudah karena bantuan media sosial, penggunaannya sangat bervariasi. Ada yang menggunakan media sosial untuk mengerjakan tugas sekolah, ada yang memanfaatkan media sosial ini sebagai kegiatan yang produktif salah satunya selebriti Instagram atau selebgram, Instagram adalah media sosial yang memiliki banyak *tools*. Arief Muhammad adalah salah satu selebriti Instagram. Arief Muhammad merupakan salah satu selebgram yang mempunyai *personal branding* yang kuat. Dalam pembentukan *personal branding* tersebut Arief Muhammad membutuhkan waktu untuk membangun *personal branding* dia di Instagram. Dalam pembentukan *personal branding content creator* atau selebgram membutuhkan cerita yang bisa diterima oleh audiens nya agar pesan tersampaikan, transmedia *storytelling* salah satu konsep dalam menyampaikan suatu cerita dengan menggunakan media. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis apakah adanya penerapan transmedia *storytelling* dan penerapan transmedia *storytelling* apa yang dilakukan Arief Muhammad dalam membangun *personal branding* di Instagram. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode etnografi digital dan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan observasi dan wawancara dengan informan. Berdasarkan hasil penelitian, ada penerapan transmedia *storytelling* yang dilakukan Arief Muhammad dalam *personal branding* nya, dan untuk tahapan proses transmedia *storytelling* Arief Muhammad sudah di tahap *fanon*.

Kata Kunci : *Personal Branding, Transmedia Storytelling, Arief Muhammad.*