

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah personal branding yang dibangun oleh Sashfir melalui media sosial Instagram berpengaruh terhadap brand image Lafiye. Personal branding merupakan proses strategis yang dilakukan individu untuk menciptakan dan mempertahankan identitas diri yang kuat, kredibel, serta positif di mata publik. Di era digital saat ini, media sosial menjadi platform utama dalam membentuk persepsi publik terhadap seseorang, sekaligus menjadi alat efektif dalam membangun kedekatan dengan audiens. Instagram sebagai salah satu media sosial visual memberikan ruang yang luas bagi individu untuk menampilkan citra diri yang konsisten. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria tertentu, dan melibatkan 135 responden yang merupakan pengikut akun Instagram Sashfir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Sashfir memiliki pengaruh yang signifikan terhadap brand image Lafiye. Artinya, citra pribadi yang kuat dan otentik dapat secara langsung membentuk persepsi positif terhadap suatu merek. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa personal branding yang terencana dapat menjadi aset penting dalam strategi komunikasi merek. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi pengembangan strategi pemasaran digital, khususnya dalam membangun citra merek melalui figur publik atau influencer.

Kata Kunci: *Brand Image, Lafiye, Media Sosial Instagram, Personal Branding, Sashfir*