

## ABSTRAK

**Yulia.** 180104010004. “*Personal Branding Vivi Zubedi Melalui Media Sosial Instagram.*” Pembimbing (I) Hj. Nahed Nuwairah, S. Ag, M. Hi dan Pembimbing (II) Armiah, S.IP, M.Si., pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2025.

**Kata Kunci** : *Personal Branding*, Media Sosial, Instagram, Vivi Zubedi

Perkembangan media sosial menghadirkan ruang baru dalam membentuk dan mengelola citra diri atau personal branding. Instagram menjadi salah satu platform strategis yang dimanfaatkan oleh individu untuk menampilkan identitas dan membangun koneksi dengan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi personal branding yang dilakukan oleh Vivi Zubedi melalui akun Instagram @mrsvivi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi. Data diperoleh melalui dokumentasi dan observasi terhadap unggahan konten foto dan video pada akun Instagram @mrsvivi dari Januari hingga Mei 2025. Peneliti menggunakan teori delapan hukum personal branding dari Peter Montoya sebagai alat analisis, yang mencakup spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, keunikan, visibilitas, kesatuan, ketekunan, dan nama baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Vivi Zubedi secara konsisten membangun personal branding yang kuat melalui konten-konten visual yang menonjolkan identitasnya sebagai desainer muslimah, entrepreneur, istri wali kota, dan sosok inspiratif dengan nilai-nilai Islami. Setiap elemen branding Montoya tampak saling mendukung dan menyatu dalam narasi konten yang dibangun. Hal ini menjadikan personal branding Vivi Zubedi bukan hanya sebagai citra profesional, tetapi juga sebagai sarana dakwah dan pemberdayaan perempuan muslimah di era digital.