

ABSTRAK

Penelitian ini ingin melihat pentingnya *personal branding* bagi praktisi hubungan masyarakat, khususnya Agung Laksamana dan melihat bagaimana penerapan prinsip-prinsip *personal branding* di dalam akun Instagramnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi dan observasi serta dokumentasi sebagai metode pengumpulan datanya. Teknik keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi metode dan teori. Hasil dari penelitian ini adalah Agung Laksamana sudah baik dalam menerapkan kunci-kunci dan hukum-hukum *personal branding* yang ada, ditunjukkan dengan unggahan yang konsisten yang menekankan berbagai identitas dirinya. Prinsip-prinsip *personal branding* yang dipenuhi Agung Laksamana tersebut juga beririsan dengan motif-motif manajemen kesan dan pengungkapan diri yang juga secara efektif dilakukannya. Saran penelitian ini adalah diharapkan bagi peneliti yang ingin membahas tentang *personal branding* agar bisa menggunakan teori pendukung agar bisa melakukan analisis yang lebih dalam. Selain itu diharapkan tokoh publik yang ingin melakukan *personal branding* dengan baik, agar bisa menerapkan prinsip-prinsip *personal branding* yang ada supaya bisa mendapatkan hasil yang efektif.

Kata Kunci: Manajemen Kesan, *Personal Branding*, *Safe Disclosure*