

ABSTRAK

Fenomena kemunculan @lentaripagi sebagai idola virtual pertama di Indonesia yang dikembangkan melalui kecerdasan buatan (AI) merepresentasikan bentuk baru konstruksi identitas digital di era teknologi canggih. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji strategi *personal branding* yang dibangun melalui platform Instagram, dengan pendekatan kualitatif dan metode netnografi. Kerangka teori dramaturgi Erving Goffman digunakan untuk menganalisis bagaimana elemen *front stage* dimanfaatkan secara konsisten dalam membentuk citra diri yang terstruktur dan menarik bagi khalayak. Temuan menunjukkan bahwa @lentaripagi mampu menampilkan persona yang otentik dan berkelanjutan, meskipun tidak memiliki *back stage* sebagaimana entitas manusia pada umumnya. Pengelolaan narasi, visualisasi, dan interaksi sosial oleh tim pengembang secara signifikan berperan dalam membangun keterlibatan emosional dengan audiens. Studi ini memberikan kontribusi konseptual terhadap pemahaman strategi *personal branding* berbasis AI dalam konteks budaya digital dan komunikasi kontemporer.

Kata Kunci: Dramaturgi; Idola Virtual; Instagram; Kecerdasan Buatan; *Personal Branding*