

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laman Instagram Crimsonaperture.....	2
Gambar 1. 2 Laman Instagram Ajphotoworks.....	2
Gambar 1. 3 Kamera Daguerre.....	5
Gambar 1. 4 Potret Keindahan Indonesia di Awal Masa Fotografi Indonesia.....	6
Gambar 1. 5 Data Statistik Influencer Marketing 2020.....	7
Gambar 2. 1 Tiga Elemen Utama Dalam Personal Brand Identity.....	18
Gambar 2. 2 Personal Brand Mission Model.....	20
Gambar 2. 3 The 10 Principle	21
Gambar 2. 4 Data Statistik Pengguna Sosial Media Juli 2020.....	26
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4. 1 Screenshot Lama Instagram Crimsonaperture.....	66
Gambar 4. 2 Screenshot Akun Instagram @felicia.carissa dan @sarahvilo.id.....	68
Gambar 4. 3 Beberapa Influencer dan Model yang difoto Crimsonaperture.....	73
Gambar 4. 4 Perbandingan tone pada Postingan Crimsonaperture.....	75
Gambar 4. 5 Perbandingan Halaman Instagram Crimsonaperture dengan Rickyeypp.....	76
Gambar 4. 6 Influencer ternama yang pernah difoto oleh Crimsonaperture beserta brand yang pernah mereka wakili.....	82
Gambar 4. 7 Laman Instagram Sarah Viloid.....	83
Gambar 4. 8 Model Work Value.....	84
Gambar 4. 9 Personal Brand Mission Model.....	85
Gambar 4. 10 Bukti Self Discipline Crimsonaperture dalam menggunakan Leica yang tertuang pada Hashtag unggahan.....	86
Gambar 4. 11 Hasil Pemotretan Crimsonaperture dengan Influencer Jeaniceang.....	87
Gambar 4. 12 Bukti Storytelling Pada Unggahan Crimsonaperture.....	88
Gambar 4. 13 Bukti Unggahan B&W pada Akun Crimsonaperture.....	89
Gambar 4.14 Model Self Discipline Value.....	90
Gambar 4. 15 Model Analisis Personal Brand Crimsonaperture.....	92