

ABSTRAK

Dalam dunia digital sekarang, media sosial merupakan sebuah alat yang sangat membantu dalam pembangunan *personal branding* sampai pembangunan citra perusahaan karena kemampuannya yang sangat canggih. Salah satu media sosial yang dikenal sebagai media sosial para pebisnis profesional dalam berjejaring dan cocok dalam melakukan *personal branding* adalah LinkedIn. Dengan dilengkapi beragam fitur LinkedIn yang beragam, tentunya mampu membantu memaksimalkan *personal branding*, terlebih *personal branding* yang dilakukan oleh para CEO, karena mereka memiliki pengaruh yang lebih besar sebagai sebuah pimpinan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *personal branding* melalui LinkedIn dan penggunaan LinkedIn oleh CEO Techbros Group Yudhi Rahadian. Teori yang digunakan pada penelitian ini yakni teori *personal branding* McNally & Speak (2004). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif dengan metode penelitian deskriptif, lalu teknik pengumpulan data diambil melalui wawancara mendalam bersama satu informan kunci, satu informan ahli, tiga informan pendukung, observasi non partisipan, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal menarik terletak pada aktivitas Yudhi Rahadian membangun *personal branding*nya secara mandiri, dimana dalam *personal branding* tersebut, Ia turut mengikutsertakan *image* perusahaannya yang tergolong perusahaan yang sedang merintis. Ia memiliki kemampuan non-teknis (dalam hal ini *personal branding*) yang baik, Ia bahkan rela mengikuti *mentoring* bersama ahli *personal branding*. Ia juga menggabungkan pengalaman dan perjuangan karirnya yang linear dengan latar belakang perusahaan, sehingga Ia mampu membentuk sebuah plot cerita yang *underdog*. Aktivitas *personal branding* yang dilakukan Yudhi Rahadian selaku CEO Techbros Group melalui LinkedIn telah memenuhi dimensi dari teori yang dipakai penulis, yaitu kompetensi, standar, dan gaya. CEO Techbros Group juga mampu memaksimalkan penggunaan LinkedIn untuk membangun setiap konten yang Ia bangun secara mandiri melalui beragam fitur yang digunakannya. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah aktivitas *personal branding* yang dibangun CEO Techbros Group secara mandiri di LinkedIn telah dilakukan berdasarkan dimensi kompetensi, standar, dan gaya, kemudian Ia juga telah memaksimalkan beragam fitur LinkedIn.

Kata Kunci: *Personal branding*, Media Sosial, *LinkedIn*