

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis personal branding Jinan Laetitia sebagai penyanyi-penulis lagu melalui pendekatan Communication Theory of Identity (CTI) dengan penerapan sebelas karakteristik personal branding yaitu keaslian (*authenticity*), integritas (*integrity*), konsistensi (*consistency*), spesialisasi (*specialization*), wibawa (*Authority*), kekhasan (*Distinctiveness*), relevansi (*relevance*), visibilitas (*visibility*), kegigihan (*persistence*), kebaikan (*goodwill*), dan kinerja (*performance*). Fenomena yang terjadi adalah identitas komunikasi dalam industri musik Indonesia menyoroti pentingnya mengkomunikasikan identitas secara efektif untuk mempengaruhi karier seorang musisi. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan kunci meliputi Jinan Laetitia, penggemar, sesama musisi, ahli musik, dan ahli personal branding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat temuan pada personal branding Jinan Laetitia yang dibangun melalui keaslian, konsistensi, dan integritasnya, hal ini memperkuat citranya di industri musik., karena Jinan seorang musisi yang tidak hanya fokus pada popularitas, tetapi juga pada kualitas dan nilai-nilai pribadinya. Penelitian ini menyarankan agar penyanyi-penulis lagu pendatang baru dapat menerapkan strategi serupa untuk memperkuat personal brandingnya dengan fokus pada keaslian, konsistensi, dan intergritas.

Kata kunci: *Personal Branding, Communication Theory of Identity, Jinan Laetitia, industri musik Indonesia*