

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* YUNITA SIREGAR DI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT MEMBACA BUKU
*FOLLOWERS***

(Survei Kepada *Followers* Instagram @YUNITASIREGAR)

ABSTRAK

Abstract: Currently many public figures are doing personal branding through Instagram to build their image. One of the public figures who build personal branding through Instagram is Yunita Siregar. This research is specifically aimed at measuring the influence of personal branding carried out by Yunita Siregar on the reading interest of her followers using stimulus-response theory (S-R theory). This research uses an explanatory quantitative approach with a survey method to 400 respondents with categories that have been determined based on purposive sampling through distributing questionnaires to, and secondary data. Based on the results of the analysis that has been carried out, it shows that there is an influence between Yunita Siregar's personal branding on Instagram (variable X) on followers' interest in reading books (variable Y) there is an influence of 34.9% with a moderate, positive, and significant relationship level. Thus, H1 is accepted H0 is rejected.

Keywords: *followers, instagram, interest in reading, personal branding, social media*

Abstrak: Saat ini banyak public figure yang melakukan personal branding melalui Instagram untuk membangun citra mereka. Salah satu public figure yang membangun personal branding melalui Instagram adalah Yunita Siregar. Penelitian ini secara khusus ditujukan untuk mengukur pengaruh personal branding yang dilakukan Yunita Siregar terhadap minat membaca followersnya dengan menggunakan teori stimulus-respons (teori S-R). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survey kepada 400 responden dengan kategori yang sudah ditentukan berdasarkan purposive sampling melalui penyebaran kuesioner kepada, dan data sekunder. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat antara pengaruh personal branding Yunita Siregar di Instagram (variabel X) terhadap minat membaca buku followers (variabel Y) terdapat pengaruh sebesar 34,9% dengan tingkat hubungan sedang, positif, dan signifikan. Dengan demikian, H1 diterima H0 ditolak

Kata kunci: *followers, instagram, media sosial, minat membaca, personal branding*