

**PROFIL PEBISNIS SUKSES DALAM MENGINISIASI  
PERSONAL BRANDING: MOTIVASI DAN PERSPEKTIF MASA DEPAN**

Johan Alvin Khosuma

Magister Psikologi Sains

Pembimbing:

Dr. Frikson C. Sinambela, S.Psi., M.T., Psikolog

**ABSTRAK**

Dewasa ini, *personal branding* memiliki peranan penting bagi pebisnis untuk membentuk citra dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan menggambarkan tentang motivasi dan perspektif masa depan pebisnis sukses untuk menginisiasi *personal branding* lewat media sosial instagram. Tujuan kedua adalah untuk mengetahui pilihan untuk menginisiasi personal branding bisa menyeimbangkan karya di offline dan online untuk mencapai nilai keterbukaan, inklusivitas, dan keterlanjutan di era *Society 5.0*. Untuk memahami perspektif pebisnis sukses untuk terus berusaha melakukan personal branding walau sudah sukses, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian ini adalah seorang pebisnis sukses. Data diperoleh melalui wawancara dan dianalisis secara tematik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi dan perspektif masa depan informan adalah untuk berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi masyarakat Indonesia sehingga bisa memberikan warisan masa depan kepada keluarga penerus untuk tinggal dan bekerja di sebuah masyarakat yang terbuka, berkelanjutan, dan inklusif. Inisiasi *personal branding* yang dilakukan informan bisa menyeimbangkan karya di *offline* dan *online* untuk mencapai nilai keterbukaan, inklusivitas, dan keterlanjutan di era *Society 5.0*.

Kata kunci: *personal branding*, motivasi, perspektif masa depan, *society 5.0*

# THE PROFILE OF SUCCESSFUL BUSINESSMAN IN INITIATION OF PERSONAL BRANDING: MOTIVATION AND FUTURE PERSPECTIVE

Johan Alvin Khosuma

Master in Science Psychology

Contributor:

Dr. Frikson C. Sinambela, S.Psi., M.T., Psikolog

## ABSTRACT

Today, personal branding has an important role for business people to form an image in society. This study aims to describe the motivations and future perspectives of successful business people to initiate personal branding through Instagram. The second objective is to find out options for initiating personal branding can balance work, both offline and online, to achieve the values of openness, inclusiveness, and sustainability in the Society 5.0 era. To understand the perspective of successful business people to continue trying to do personal branding even though they have been successful, the researcher uses a qualitative method with a case study approach. The subject of this research is a successful businessman. Data obtained through interviews and analyzed thematically. The results of this study indicate that the motivation and future perspective of the informant is to contribute to the economic development of the Indonesian people so that they can provide a future legacy to the successor families to live and work in an open, sustainable, and inclusive society. The personal branding initiation carried out by the informant can balance work offline and online to achieve the values of openness, inclusiveness, and sustainability in the Society 5.0 era.

Keywords: personal branding, motivation, future perspective, society 5.0

