



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2022: 854-858

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Peran Kecerdasan Buatan Dalam Membangun Personal Branding Di Era Digital

Indah Rizky Auliyya.W¹, Cahyanah Sejati², Chika Dwi Aura³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

Corresponding author: e-mail: indahrizkyauliyya@gmail.com

| INFO ARTIKEL | ABSTRAK |
|---|--|
| <p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p> | <p>Artificial intelligence (AI) semakin penting dalam membangun dan memperkuat personal branding seseorang di era digital yang terus berkembang. Artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana AI dapat menjadi alat yang efektif untuk membantu upaya memperkuat citra diri seseorang di dunia digital. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif data sekunder dan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pertama, AI telah mempercepat proses analisis data dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya karena dapat memproses data besar dengan cepat dan akurat. Ini memungkinkan individu untuk membuat strategi personal branding yang lebih tepat sasaran, relevan, dan efektif karena dapat memahami pola perilaku konsumen, tren pasar, dan preferensi audiens secara lebih mendalam. AI juga memainkan peran penting dalam pengelolaan konten digital individu: itu membantu individu membuat pesan yang lebih menarik, relevan, dan kompetitif dengan kemampuannya untuk menganalisis kinerja konten. Dengan bantuan AI, individu dapat memantau kinerja konten mereka, mengukur efeknya, dan menyesuaikan strategi berdasarkan data yang dikumpulkan, sehingga mereka dapat meningkatkan interaksi dengan audiens mereka dengan cara yang dipersonalisasi dan efektif. Selain itu, AI memungkinkan personalisasi pesan yang lebih dalam dan relevan.</p> |
| <p>Kata Kunci: Artificial Intelligence (AI), Personal Branding, Era Digital,</p> | <p>ABSTRACT</p> |
| <p>Keywords: Artificial Intelligence (AI), Personal Branding, Digitalisasi,</p> | <p><i>Artificial intelligence (AI) is increasingly important in building and strengthening one's personal branding in the ever-evolving digital age. This article aims to provide an in-depth understanding of how AI can be an effective tool to help efforts to strengthen one's self-image in the digital world. The method used in this research is a qualitative approach with descriptive analysis of secondary data and case studies. The results of this study show that First, AI has accelerated the data analysis process in an unprecedented way as it can process big data quickly and accurately. It enables individuals to create more targeted, relevant, and effective personal branding strategies because it can</i></p> |

understand consumer behavior patterns, market trends, and audience preferences in greater depth. AI also plays an important role in the management of individuals' digital content: it helps individuals create more engaging, relevant, and competitive messages with its ability to analyze content performance. With the help of AI, individuals can monitor the performance of their content, measure its effects, and adjust strategies based on the data collected, so that they can improve interactions with their audience in a personalized and effective way. In addition, AI enables deeper and more relevant message personalization.

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju seperti saat ini, personal branding menjadi hal yang tidak bisa diabaikan bagi mereka yang ingin sukses dalam berbagai bidang, baik secara profesional maupun personal. Personal branding mencakup keseluruhan citra dan reputasi seseorang yang dibangun berdasarkan nilai-nilai, keterampilan, dan kepribadian individu tersebut. Dalam dunia yang semakin terhubung dan terdigitalisasi saat ini, sangat penting untuk memiliki kemampuan untuk membangun dan memperkuat personal branding secara online. Dengan munculnya platform digital seperti media sosial, blog, dan situs web pribadi, setiap orang memiliki lebih banyak kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Namun, untuk membuat personal branding seseorang menonjol dan membedakannya dari yang lain di tengah persaingan yang ketat, diperlukan strategi yang tepat dan berhasil. AI menawarkan solusi inovatif untuk mendukung upaya membangun personal branding di era digital.

AI dapat menganalisis big data dengan cepat dan akurat, memberikan wawasan mendalam tentang perilaku konsumen, dan membantu dalam pembuatan strategi pemasaran yang lebih fokus dan efektif. Dengan demikian, AI tidak hanya mempercepat proses pengambilan keputusan, tetapi juga memberikan informasi berharga bagi individu untuk meningkatkan visibilitas dan citra diri di dunia digital. Studi sebelumnya di bidang ini menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam strategi personal branding dapat menghasilkan hasil yang signifikan.

Teknik pembelajaran mesin dan analisis data dapat membantu menemukan tren baru, memahami preferensi audiens, dan membuat konten yang lebih relevan dan menarik. Dengan bantuan AI, personal branding sekarang lebih fokus pada membangun hubungan dengan audiens yang kuat dan otentik daripada hanya memiliki kehadiran internet. Dalam artikel ini, kami akan membahas peran AI dalam membangun personal branding di era digital. Kami berharap pembaca mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana AI dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat citra dan reputasi pribadi di dunia digital yang terus berubah.

KAJIAN LITERATUR

Menurut Stuart Russell dan Peter Norving, studi literatur menunjukkan bahwa kecerdasan buatan (AI) adalah subbidang ilmu komputer yang berfokus pada pembuatan sistem yang dapat melakukan tugas-tugas yang membutuhkan kecerdasan manusia. AI memungkinkan komputer tanpa intervensi manusia untuk belajar dari data, mengenali pola, membuat keputusan, dan menyelesaikan tugas kompleks. Machine learning, neural networks, natural language processing, dan computer vision adalah beberapa pendekatan dalam teknologi kecerdasan buatan (AI). AI memiliki banyak aplikasi, seperti pengenalan wajah, otomatisasi bisnis, dan diagnosis medis yang lebih akurat. Berbagai bidang, seperti bisnis, kesehatan, transportasi, dan pemasaran, telah sangat dipengaruhi oleh penggunaan AI. Tidak hanya kecerdasan buatan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan inovasi dalam berbagai industri, tetapi juga membuka peluang baru untuk pengembangan teknologi di masa depan.

Manfaat AI dalam Membangun Personal Branding:

1. Salah satu manfaat AI dalam membangun personal branding di era digital adalah kemampuan untuk menganalisis data besar dengan cepat dan akurat. Manfaat tambahan meliputi:
2. Kecerdasan buatan (AI) memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan citra personal seseorang dan mengoptimalkan strategi.

3. AI menjadi alat yang efektif bagi individu untuk mencapai tujuan personal branding mereka dengan lebih efisien dan efektif melalui analisis data mendalam, pemahaman audiens yang akurat, dan pengelolaan konten yang efektif.
4. AI dapat membantu individu memahami kebutuhan, pola perilaku konsumen, tren, dan kebutuhan audiens mereka dengan lebih mendalam, sehingga mereka dapat membuat strategi personal branding yang lebih terarah dan relevan untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens mereka. Mengidentifikasi preferensi audiens dan menganalisis konten yang mereka sukai sangat penting untuk pengelolaan konten digital individu.
5. bertanggung jawab atas pengelolaan konten digital individu. AI dapat membantu orang membuat pesan yang lebih relevan, menarik, dan berdaya saing dengan mengidentifikasi preferensi audiens dan menganalisis kinerja konten. Dengan bantuan AI, orang dapat memantau kinerja konten mereka, mengukur efeknya, dan menyesuaikan strategi berdasarkan data yang terkumpul, sehingga mereka dapat meningkatkan interaksi dengan audiens secara personal dan efektif.
6. Selain itu, AI juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan interaksi individu dengan audiens melalui personalisasi yang lebih dalam. Dengan memanfaatkan teknik machine learning dan analisis data, individu dapat menyesuaikan pesan-pesan mereka sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens. Hal ini tidak hanya memperkuat ikatan emosional antara individu dan audiens, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih berarti dan personal bagi audiens, sehingga dapat membangun loyalitas dan hubungan yang lebih kuat.

Manfaat AI dalam membangun personal branding juga mencakup aspek prediktif yang penting. Dengan kemampuannya dalam meramalkan tren yang sedang berkembang dan mengidentifikasi peluang baru, AI dapat membantu individu untuk tetap relevan dan inovatif dalam strategi personal branding mereka. Dengan demikian, individu dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan memanfaatkan peluang-peluang baru yang muncul di dunia digital. AI juga memiliki aspek prediktif yang penting dalam membangun personal branding. Dengan kemampuan untuk meramalkan tren yang sedang berkembang dan menemukan peluang baru, AI dapat membantu individu dalam strategi personal branding mereka untuk tetap relevan dan kreatif. Dengan demikian, individu dapat lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan mereka dan memanfaatkan peluang yang muncul di dunia digital.

METODE

Untuk mempelajari implementasi AI dalam membangun personal branding di era digital, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif data sekunder dan studi kasus. Penelitian ini juga menyelidiki literatur tentang subjek tersebut dari buku, konferensi, jurnal ilmiah, dan sumber informasi lainnya yang dapat diandalkan. Literatur tersebut akan menjadi dasar untuk menyusun argumen dan memahami peran AI dalam memperkuat personal branding individu di dunia digital.

Langkah pertama dalam metodologi penelitian ini adalah melakukan penelusuran literatur yang sistematis dan menyeluruh tentang penggunaan AI dalam personal branding. Pencarian dilakukan dengan kata kunci seperti "Artificial Intelligence", "Personal Branding", dan "Era Digital". Sumber informasi dipilih berdasarkan kredibilitas, relevansi, dan hubungannya dengan topik penelitian.

Setelah mendapatkan sumber informasi yang relevan, konten dianalisis secara menyeluruh untuk menemukan topik utama terkait dengan peran AI dalam membangun personal branding di era modern. Data yang diperoleh dari literatur tersebut akan dianalisis secara kritis untuk mendukung kesimpulan yang disajikan dalam artikel ini.

Studi kasus juga akan digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan contoh nyata dari penggunaan AI dalam strategi personal branding. Dengan menganalisis kasus-kasus yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih baik tentang bagaimana AI dapat membantu orang memperkuat citra personal mereka di dunia digital. Tujuan dari diskusi ini adalah untuk mendapatkan perspektif yang beragam dan mendalam tentang bagaimana pengoptimalan AI dapat membantu upaya membangun personal branding yang efektif dan berdaya saing di era digital saat ini.

Dengan kombinasi pendekatan studi literatur, analisis data, studi kasus, dan diskusi dengan para ahli, diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan yang komprehensif dan mendalam tentang peran AI dalam membangun personal branding di era digital. Melalui pendekatan yang holistik ini, diharapkan pembaca dapat memperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang bagaimana teknologi AI dapat menjadi kunci sukses dalam mengoptimalkan strategi personal branding individu di dunia digital yang terus berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Smith (2020) dalam artikel berjudul "The Impact of Artificial Intelligence on Personal Branding Strategies", penerapan kecerdasan buatan (AI) dalam strategi personal branding memiliki efek yang signifikan. AI memungkinkan orang untuk menganalisis data pasar, menemukan tren konsumen, dan menyesuaikan konten dengan preferensi audiens. Ini membantu dalam membangun identitas diri yang kuat dan relevan di era komputer dan internet. AI juga memungkinkan otomatisasi dalam hal manajemen personal branding, seperti penjadwalan posting, analisis kinerja konten, dan respons cepat terhadap interaksi online. Dengan demikian, orang dapat fokus pada aspek kreatif personal branding mereka sementara AI juga dapat menangani tugas administratif, yang menghasilkan personal branding yang lebih efisien dan interaksi yang lebih baik dengan audiens.

Studi lain oleh Brown & Lee (2019), "Leveraging AI for Personal Branding in the Digital Age," menemukan bahwa AI juga membantu meningkatkan visibilitas online seseorang melalui analisis data perilaku pengguna dan optimasi SEO (Search Engine Optimization). Dengan memahami pola konsumsi internet, orang dapat membuat konten mereka lebih menarik dengan menyesuaikannya dengan lebih baik. Studi lain oleh Brown & Lee (2019), "Leveraging AI for Personal Branding in the Digital Age," menemukan bahwa AI juga membantu meningkatkan visibilitas online seseorang melalui analisis data perilaku pengguna dan optimasi SEO (Search Engine Optimization). Dengan memahami pola konsumsi internet, orang dapat membuat konten mereka lebih menarik dengan menyesuaikannya dengan lebih baik.

Menurut Johnson et al. (2018), Studi Kecerdasan Buatan dan Masa Depan Personal Branding sangat penting untuk memahami teknologi kecerdasan buatan untuk mendukung keberhasilan personal branding di era digital. Individu dapat secara strategis menggunakan kecerdasan buatan untuk memperkuat citra diri mereka, membedakan diri dari pesaing, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens mereka.

Garcia et al. (2018) juga menyatakan bahwa AI dapat digunakan untuk mengawasi dan menganalisis citra pribadi seseorang secara real-time. Dengan menggunakan teknologi analisis sentimen, orang dapat melihat bagaimana orang bertindak dan bagaimana mereka menanggapi konten yang mereka bagikan, yang memungkinkan mereka untuk melakukan perubahan atau penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan citra merek pribadi mereka. Akibatnya, AI membantu manajemen reputasi online individu dan strategi pemasaran pribadi.

Keempat penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan kecerdasan buatan (AI) untuk membangun personal branding di era digital memberikan manfaat yang signifikan bagi individu: mereka dapat menggunakan AI untuk meningkatkan citra pribadi mereka, meningkatkan eksposur mereka, dan membangun hubungan yang lebih dekat dan signifikan dengan audiens target mereka. Penelitian menunjukkan bahwa penggabungan AI ke dalam inisiatif personal branding mereka diharapkan akan berhasil.

KESIMPULAN

AI dapat membantu personal branding seseorang di era digital yang semakin kompleks. AI membantu orang memahami preferensi audiens, mengkurasi konten yang relevan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran melalui analisis data yang akurat dan prediksi yang tepat. Dengan menggunakan AI, orang dapat fokus pada aspek kreatif dan strategis dalam membangun citra diri mereka dan otomatisasi tugas administrasi yang terkait dengan manajemen personal branding. Menurut penelitian yang disajikan dalam artikel ini, memahami dan menguasai kecerdasan buatan (AI) merupakan bagian penting dari keberhasilan dalam personal branding di era modern. Dengan memanfaatkan kecerdasan buatan secara cerdas, orang dapat mencapai tujuan personal branding yang lebih besar, membangun hubungan yang kuat dengan audiens, dan membedakan diri di pasar yang penuh sesak. Untuk tetap relevan dan kompetitif di dunia digital yang terus berubah, AI harus dimasukkan ke dalam strategi personal branding karena itu bukan hanya inovasi tetapi juga kebutuhan strategis.

REFERENSI

- Smith, J. (2020). *The Impact of Artificial Intelligence on Personal Branding Strategies*. *Journal of Digital Marketing*, 12(3), 45-58.
- Brown, A., & Lee, C. (2019). *Leveraging AI for Personal Branding in the Digital Age*. *International Journal of Communication Studies*, 8(2), 112-125.
- Johnson, R., et al. (2018). *Artificial Intelligence and the Future of Personal Branding*. *Technology & Society*, 15(4), 273-289.
- Garcia, S., et al. (2018). *Enhancing Online Presence through AI-driven Personal Branding*. *Journal of Information Technology*, 15(4), 201-215.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2009). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Prentice Hall.
- Brown, Austin. "How AI is Revolutionizing the World of Personal Branding." Forbes, 2021.
[Link](<https://www.forbes.com/sites/austinbrown/2021/07/15/how-ai-is-revolutionizing-the-world-of-personal-branding/?sh=2c6f27d85e87>)