

ABSTRAK

Githa Listiya Ayuningtiyas: *Personal Branding Foodgram* Pada Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kulinersimamank)

Personal Branding merupakan sebuah cerminan dari kemampuan yang ada pada diri seseorang dimana dapat menunjukkan sebuah kelebihan yang dimiliki dalam aspek tertentu untuk menimbulkan persepsi publik yang positif. Beberapa aspek yang dapat menimbulkan persepsi positif publik meliputi kemampuan, kepribadian, kreativitas. *Personal branding* dapat dikembangkan melalui media sosial instagram. Salah satu *content creator* instagram @kulinersimamank membentuk *personal branding* sebagai seorang *foodgram* dengan mengemas konten kuliner menggunakan kreativitas sehingga menghasilkan minat publik.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun @kulinersimamank dalam membangun dan mempertahankan *personal branding* nya di instagram. Dengan menggunakan konsep *Circle P* yang digagas oleh Silih Agung Wasesa. Konsep *Circle P* yang dimaksud memiliki lima elemen sebagai berikut: *Competency*, *Connectivity*, *Creativity*, *Compliance*, dan *Contribution*.

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Wira Alexa dinilai mampu membangun dan mempertahankan reputasi *personal branding* nya di instagram sesuai dengan lima konsep *Circle P* yang digagas oleh Silih Agung Wasesa sebagai berikut, *Competency* yang ditunjukkan berdasarkan *story telling* dan *positive vibes* yang ditunjukkan. *Connectivity* yang ditunjukkan berdasarkan interaksi kepada pengikut instagram. *Creativity* yang ditunjukkan berdasarkan perencanaan, editing, dan publikasi. *Compliance* yang ditunjukkan berdasarkan kepatuhan terhadap norma sosial, UU ITE dan peraturan instagram. dan *Contribution* yang ditunjukkan melalui umkm, film daerah dan pemasaran fasilitas daerah.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Media Sosial, Instagram.

ABSTRACT

Githa Listiya Ayuningtiyas: *Personal Branding of Foodgram on Instagram SocialMedia (Qualitative Descriptive Study on Instagram Accounts @kulinersimamank)*

Personal Branding is a reflection of the ability that exists in a person which can show an advantage possessed in certain aspects to cause a positive public perception. Some aspects that can cause a positive public perception include ability, personality, and creativity. Personal branding can be developed through the Instagram digital platform. One of the Instagram content creators @kulinersimamank created a personal brand as a foodgram by packaging culinary content using creativity to generate public interest.

This study uses constructivism paradigm with a qualitative approach using qualitative descriptive methods. Data collection techniques through interviews, participatory observation, and documentation.

This research aims to find out how @kulinersimamank accounts in building and maintaining their personal branding on Instagram. By using the Circle P concept initiated by Silih Agung Wasesa. The Circle P concept in question has five elements as follows: Competency, Connectivity, Creativity, Compliance, and Contribution.

The results of this study concluded that Wira Alexa is considered able to build and maintain her personal branding reputation on Instagram in accordance with the five Circle P concepts initiated by Silih Agung Wasesa as follows, Competency shown based on storytelling and positive vibes shown. Connectivity shown based on interaction with Instagram followers. Creativity shown based on planning, editing, and publication. Compliance is shown based on compliance with social norms, the ITE Law and Instagram regulations. and Contribution shown through MSMEs, regional films and regional culinary marketing.

Keywords: *Personal Branding, Social Media, Instagram.*