

ABSTRAK

Wisata kuliner saat ini tumbuh menjadi fenomena yang unik bagi semua kalangan. Hal tersebut memunculkan banyak orang yang berusaha membagikan dan memberikan informasi mengenai dunia kuliner melalui sosial medianya. *Food Vlogging* merupakan salah satu profesi yang memberikan kebutuhan informasi dunia kuliner. Munculnya profesi tersebut perlu adanya pembentukan *branding* diri atau *personal branding* yang di tunjukkan melalui konten yang dibuatnya sehingga dapat dikenal oleh orang lain sesuai *branding* yang sudah dibangun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* Noe Purnomo yang dibentuk dalam akun media sosial Instagram @gilamakanofficial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori 8 konsep *Personal Branding* Pieter Montoya 2002 (Spesialis, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Kenampakan, Kesatuan, Keteguhan dan Nama Baik). Dalam penelitian ini, Noe Purnomo menggambarkan dirinya sebagai seseorang yang memiliki keahlian dalam dunia fotografi dan keahlian *vocal* yang ditunjukkan dengan cara menjadi seseorang yang kompeten, ramah, semangat serta ceria, mengeksplor kuliner, membantu UMKM, melakukan promosi produk, menjaga konsistensi dan memberikan pelayanan serta menggambarkan diri sebagai seseorang yang apa adanya, memberi solusi informasi kuliner, memberikan ide dan manfaat untuk orang lain.

Kata Kunci : *Personal Branding, Food Vlogger, Instagram*

ABSTRACT

Culinary tourism is currently growing into a unique phenomenon for all circles. This gave rise to many people who tried to share and provide information about the culinary world through their social media. Food Vlogging is one of the professions that provides information needs in the culinary world. The emergence of the profession needs the formation of self-branding or personal branding that is shown through the content it makes so that it can be known by others according to the branding that has been built. This research aims to find out Noe Purnomo's personal branding that was formed in the Instagram social media account @gilamakanofficial. This research uses a qualitative approach by using the theory of 8 concepts of Personal Branding Pieter Montoya 2002 (Specialist, Leadership, Personality, Difference, Appearance, Unity, Constancy and Good Name). In this research, Noe Purnomo describes himself as someone who has expertise in the world of photography and vocal skills that is shown by being someone who is competent, friendly, enthusiastic and cheerful, exploring culinary, helping MSMEs, promoting products, maintaining consistency and providing services as well as describing themselves as a person who is, providing culinary information solutions, providing ideas and benefits for others.

Keywords: *Personal Branding, Food Vlogger, Instagram*