

ABSTRAK

Jejouw menampilkan citra diri yang mewah dan glamor, dengan menekankan status dan kekayaannya melalui pilihan pakaian, aksesoris, serta lokasi eksklusif. Citra yang dibangun oleh Jejouw adalah hasil dari strategi pengelolaan kesan yang sangat terencana, yang bertujuan untuk membentuk opini publik tentang dirinya sebagai seorang individu yang mapan dan layak dijadikan panutan. Dalam upaya membangun personal branding di media sosial Instagram, Jejouw ingin membangun citra dirinya sebagai pengusaha sukses, kolektor mobil, dan kolektor sneakers. Melalui konten yang konsisten, Jejouw berusaha memproyeksikan dirinya sebagai sosok yang "humble," "profesional," dan "humoris." Namun, analisis ini menunjukkan bahwa citra yang ingin dibangun tidak sepenuhnya tercapai. Meskipun Jejouw berniat menampilkan dirinya sebagai pengusaha yang sukses, publik justru menangkap citra yang lebih condong ke arah "flexing" atau pamer kekayaan. Dengan memanfaatkan teknologi dan pemilihan konten yang cermat, Jejouw berhasil menciptakan citra diri dengan gaya hidup mewah yang menarik banyak pengikut. Penelitian ini menginvestigasi praktik personal branding yang diterapkan oleh influencer Jejouw di platform media sosial Instagram, Jejouw digunakan sebagai subjek studi untuk mengungkap bagaimana ia membangun dan memelihara citra pribadinya yang konsisten. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi, meliputi wawancara mendalam dan analisis konten Instagram Jejouw.

Keywords: *Personal Branding, Influencer, Instagram*