

***Fenomena Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding Barista
(Studi Pada Barista Di Kelapa Dua)***

Kata Kunci : Personal Branding, instagram, barista.

Tujuan Penelitian : Penelitian ini membahas tentang Fenomena Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding Barista. Menunjukkan instagram digunakan sebagai salah satu alat personal branding barista. Hal itu menggambarkan pula bagaimana instagram di jadikan alat untuk membranding diri mereka dan menunjukkan bahwa mereka seorang barista. Adanya perkembangan zaman yang mempengaruhi perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk membranding diri mereka di media sosial instagram. **Metode** : Metode pengumpulan data ini adalah wawancara mendalam dengan 5 informan yang mana mereka bekerja sebagai barista dan melakukan personal branding di media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan Teori Dramaturgi Erving Goffman Front Stage dan Back Stage. **Hasil Penelitian** : hasil penelitian ini yaitu 1). para informan menggunakan media sosial instagram sebagai personal branding mereka. 2). Faktor lain yang mendorong informan untuk melakukan branding seperti melakukan dua sisi yaitu Front stage dan Back Stage ini dilakukan sebagai salah satu cara informan melakukan personal branding. 3). Berdasarkan hasil wawancara para informan melakukan branding dengan cara mengupload kegiatan informan sebagai barista di media sosial instagram. **Saran** dari peneliti untuk akademis untuk mencari sumber dan referensi sebanyak banyak nya.