

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perilaku eksekutif muda dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai *personal branding*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Fenomenologi Alfred Schutz dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi partisipasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Subjek pada penelitian ini adalah pengguna Instagram di kalangan eksekutif muda yang ada di instansi Badan Otorita Borobudur (BOB). Hasil dari penelitian ini adalah pengungkapan media jejaring sosial Instagram pada eksekutif muda yang ada di instansi Badan Otorita Borobudur (BOB), khususnya kesepuluh narasumber dalam penelitian ini: secara umum mereka menggunakan Instagram untuk mengunggah visual berupa foto atau video, sarana media komunikasi untuk berinteraksi, meningkatkan rasa percaya diri, dan menjadi ajang promosi diri. Perilaku kesepuluh informan dalam menggunakan Instagram berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Perilaku pengguna Instagram dan *personal branding* terlihat dari reputasi dan kredibilitas yang juga memiliki hubungan dengan *corporate branding*.

Kata Kunci: Eksekutif Muda, Instagram, Perilaku, *Personal Branding*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research was to identify the behavior of executive in using instagram as personal branding. The method used in this research was Phenomenology Method by Alfred Schutz with a qualitative research approach. The data collected by observation of participation, deep interviews, and documentation. The subject of this research was Instagram users among young executives at Badan Otoritas Borobudur (BOB). The result of this research was the revelation of social media behavior on the young executives at Badan Otorita Borobudur (BOB), especially from ten sources involved in this research: in general, they use Instagram to upload photos or videos, to use media as interaction tools, to improve confidence, and to use social media as personal branding. The behavior of the ten sources in Instagram varies according to individual needs. The correlation between instagram and personal branding is seen on the reputation and credibility which also has a relationship with corporate branding.*

*Keywords: young executives, Instagram, behavior, personal branding*