

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Viralitas Konten Media Sosial Instagram @fuji_an dalam Pembentukan *Personal Branding*”. Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana membangun citra diri dan personal branding. *Personal branding* dimaknai sebagai upaya individu dalam membentuk, mengelola, dan mempertahankan citra dirinya di hadapan publik melalui konsistensi konten. Akun Instagram @fuji_an dipilih karena memiliki tingkat viralitas yang tinggi dan mampu menarik perhatian publik secara luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana viralitas konten yang diunggah oleh @fuji_an dapat memengaruhi pembentukan *personal branding*. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi model Klaus Krippendorff dengan enam tahap, yaitu *unitizing*, *sampling*, *recording/coding*, *reducing*, *abductively inferring*, dan *narrating*. Untuk memperkuat analisis, penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi dengan lima dimensi utama: *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten-konten @fuji_an memiliki tingkat interaksi yang tinggi berupa jumlah *like*, komentar, dan *share*, sehingga mencerminkan viralitas yang kuat. Konten yang viral tersebut sejalan dengan dimensi dalam teori difusi inovasi, misalnya mudah dipahami, sesuai dengan tren *audience*, dapat ditiru, serta hasilnya dapat diamati secara jelas. Viralitas konten ini kemudian berkontribusi dalam membentuk *personal branding* Fuji Utami sebagai figur publik yang autentik, konsisten, dan relatable di mata *audience*. Kesimpulannya, viralitas konten Instagram @fuji_an berperan penting dalam pembentukan *personal branding*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya terkait strategi personal branding melalui media sosial, serta menjadi rujukan praktis bagi *influencer* maupun *public figure* dalam mengelola citra diri di era digital.

Kata Kunci: Viralitas, Instagram, Analisis Isi, Difusi Inovasi, Personal Branding