



## Similarity Report

### Metadata

Name of the organization

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

Title

**Revisi sempro novita template terbaru 1 bimbingan ke 4 revisi**

Author(s)

Coordinator






**perpustakaan umsidapet**

Organizational unit

**Perpustakaan**

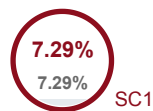
### Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		0
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		26

### Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.

**25**

The phrase length for the SC 2

**5676**

Length in words

**42341**

Length in characters

### Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

#### The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	<a href="https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/7497">https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/7497</a>	39 0.69 %
2	Dampak Edukasi Kesehatan Secara Online Dalam Meningkatkan Pengetahuan tentang Bahaya Merokok di Kalangan Mahasiswa Sumiyem Sr. Maria Karla,Rahayu Veronika Susi Purwanti, Y.B. Arya Primantana;	35 0.62 %
3	<a href="https://how.umsida.ac.id/index.php/how/article/download/7/5/32">https://how.umsida.ac.id/index.php/how/article/download/7/5/32</a>	31 0.55 %
4	<a href="https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2581/18174/20167">https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2581/18174/20167</a>	28 0.49 %

5	"DARI LUCU MENUJU KOMERSIAL" SEBUAH TINJAUAN SEMIOTIKA VISUAL KOMIK IKLAN TAHI LALATS Faldi Hendrawan;	25 0.44 %
6	The Construction of Social Inequality Reality Among Characters in the Drama Pyramid Game Haryo Windratno,Afra Dini Ashshiddiq, Pratama Muhammad Anggi Azhar, Fajar Muharam;	23 0.41 %
7	Hawa, Taman, dan Cinta: Metafora Religiositas pada Puisi-Puisi Sapardi Djoko Damono Heri Isnaini, Lestari Riana Dwi;	21 0.37 %
8	<a href="https://pdfs.semanticscholar.org/e2cd/fe9fb4304ee95642c9a5faece691c24e5f65.pdf">https://pdfs.semanticscholar.org/e2cd/fe9fb4304ee95642c9a5faece691c24e5f65.pdf</a>	19 0.33 %
9	Sexual Self-Disclosure on Adolescents Who Do Porn, Masturbate, and Orgasm (PMO) on Social Media Huwae Arthur,Modu Put'ri;	16 0.28 %
10	REPRESENTASI PERLAWANAN MAHASISWA DALAM LIRIK LAGU DARAH JUANG DAN PEMBEBASAN (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE) Gerung Johaness, Meruntu Oldie S., Senduk Thomas;	15 0.26 %

from RefBooks database (3.26 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
<b>Source: Paperity</b>		
1	Dampak Edukasi Kesehatan Secara Online Dalam Meningkatkan Pengetahuan tentang Bahaya Merokok di Kalangan Mahasiswa Sumiyem Sr. Maria Karla,Rahayu Veronika Susi Purwanti, Y.B. Arya Primantana;	35 (1) 0.62 %
2	REPRESENTASI PERLAWANAN MAHASISWA DALAM LIRIK LAGU DARAH JUANG DAN PEMBEBASAN (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE) Gerung Johaness, Meruntu Oldie S., Senduk Thomas;	28 (2) 0.49 %
3	"DARI LUCU MENUJU KOMERSIAL" SEBUAH TINJAUAN SEMIOTIKA VISUAL KOMIK IKLAN TAHI LALATS Faldi Hendrawan;	25 (1) 0.44 %
4	The Construction of Social Inequality Reality Among Characters in the Drama Pyramid Game Haryo Windratno,Afra Dini Ashshiddiq, Pratama Muhammad Anggi Azhar, Fajar Muharam;	23 (1) 0.41 %
5	Hawa, Taman, dan Cinta: Metafora Religiositas pada Puisi-Puisi Sapardi Djoko Damono Heri Isnaini, Lestari Riana Dwi;	21 (1) 0.37 %
6	Sexual Self-Disclosure on Adolescents Who Do Porn, Masturbate, and Orgasm (PMO) on Social Media Huwae Arthur,Modu Put'ri;	16 (1) 0.28 %
7	Development of Local Wisdom-Based 'Sandal Wayang' Game Tools to Improve Physical Motor Ability of Children with Special Needs in Early Childhood Education Inclusion Pratiwi Ajeng Putri, Widayanti Melia Dwi, Jannah Miftakhul, Reza Muhammad,Rachma Hasibuan;	14 (1) 0.25 %
8	Optimalisasi Fitur TikTok dan Implikasinya pada Personal Branding Rezi Erdiansyah,Nofaria Herlianti Marta;	12 (1) 0.21 %
9	Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Karikatur Cover Majalah Tempo Edisi 16-22 September 2019 Sakinah R. Myrna Nur, Dadan Rusmana,Tania Naida Rahma;	11 (1) 0.19 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
<b>from the Database Exchange Program (0.00 %)</b>		
NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)



NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	<a href="https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/7497">https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/7497</a>	54 (2) 0.95 %
2	<a href="https://how.umsida.ac.id/index.php/how/article/download/7/5/32">https://how.umsida.ac.id/index.php/how/article/download/7/5/32</a>	39 (2) 0.69 %
3	<a href="https://pdfs.semanticscholar.org/e2cd/fe9fb4304ee95642c9a5faece691c24e5f65.pdf">https://pdfs.semanticscholar.org/e2cd/fe9fb4304ee95642c9a5faece691c24e5f65.pdf</a>	32 (2) 0.56 %
4	<a href="https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2581/18174/20167">https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2581/18174/20167</a>	28 (1) 0.49 %
5	<a href="http://pustakailmu.id/index.php/pustakailmu/article/view/349">http://pustakailmu.id/index.php/pustakailmu/article/view/349</a>	20 (2) 0.35 %
6	<a href="https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/1078">https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/1078</a>	18 (2) 0.32 %
7	<a href="https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/8171">https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/8171</a>	16 (2) 0.28 %
8	<a href="https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/6964">https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/6964</a>	12 (1) 0.21 %
9	<a href="https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6192458/?view=googlescholar">https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6192458/?view=googlescholar</a>	10 (1) 0.18 %

### List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	----------	---------------------------------------

Type your title in here (8 pt)

Analisis Personal Branding Bobon Santososo Sebagai Chef  
Rakyat Indonesia di Tiktok

Novita Fitri Wijayanti<sup>1</sup>, Poppy Febriana<sup>2</sup>  
1,2 **Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**  
**Email korespondensi : poppyfebriana@umsida.ac.id**

DOI :-

Sections Info ABSTRACT Article history: Submitted: November 23, 2022 Final Revised: January 11, 2023

Accepted: January 16, 2023

Published: January 31, 2023

Personal branding yang dibentuk dari media sosial dapat dilihat dari postingan kontennya yang berkualitas, membuat orang mudah tertarik dan pastinya sering berinteraksi dengan audiens memiliki sikap yang interaktif. Seperti salah satunya akun @bobonsantoso adalah seorang konten kreator TikTok di bidang kuliner yang dikenal dengan sebutan "Chef Rakyat Indonesia Memasak Bagimu Negeri". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana personal branding Bobonsantoso terbentuk melalui gaya bicara, pesan yang disampaikan, visual yang ditunjukkan oleh Bobon hingga skill memasak yang dimiliki sehingga dijuluki sebagai "Chef Rakyat Indonesia". Penelitian ini akan menggunakan Semiotika Visual dari Carles Sanders Pierce (1839-1914).

Semiotika Visual Pierce membaginya kedalam tiga konsep utama yaitu Penanda, Objek atau referen dan Pikiran atau interpretan. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi pada akun tiktok @bobonsantoso. Hasil penelitian adalah Bobonsantoso telah berhasil membangun personal brandingnya melalui gaya memasaknya yang unik yaitu memasak dengan panci berukuran dua meter disamping itu didukung dengan elemen elemen visual yang ditunjukkannya

Keywords:

Personal branding

Semiotika Visual Pierce

Tiktok

INTRODUCTION

Menurut Deckers dan Lacy (2011) personal branding ialah kesempatan untuk kita mempromosikan diri. Promosi diri sendiri merupakan termasuk personal branding. Hal tersebut ada kaitannya atas pencapaian yang kita miliki sehingga orang lain dapat menilai kita [1]. Personal branding memiliki tujuan untuk memperlihatkan jati diri yang sebenarnya [2]. Seiring berkembangnya teknologi informasi, media sosial dapat kita gunakan sebagai alat untuk membangun personal branding, mulai dari Instagram, Tiktok, Twitter dan masih banyak lagi. Personal branding yang dibentuk dari media sosial dapat dilihat dari postingan kontennya yang berkualitas, membuat orang mudah tertarik dan pastinya sering berinteraksi dengan audiens memiliki sikap yang interaktif. Kelancaran untuk memproduksi konten dapat membentuk ruang tersendiri untuk para konten kreator media sosial yang digunakan dalam bentuk pengakuan diri, meluapkan semua yang dirasa, menjadikannya buku harian bahkan tempat untuk memenuhi dukungan emosional pribadi [3].

Seiring pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membuat perangkat digital semakin banyak digunakan karena memiliki banyak manfaat salah satunya adalah mempermudah aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan [4]. Contoh sederhana adalah mempromosikan diri sendiri meningkatkan personal branding. Menurut Kaplan & Haenlein (2010) solusi terbaik untuk mempromosikan diri mengangkat personal branding sebagai merek tetapi dengan langkah yang hemat biaya

Type your title in here (8 pt)

ialah melalui media sosial [5]. Media sosial ialah wadah komunikasi yang berguna untuk saling berinteraksi, berkolaborasi, sharing dan representasi diri [6]. Media sosial adalah Alat komunikasi antar individu dalam jejaring sosial, berkontribusi, saling memberi informasi, serta bentuk representasi atau pemberlakuan [7].

Pada tahun 2018, dalam penelitian We Are Social dan Hootsuite menjelaskan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial Masyarakat Indonesia mencapai 130 juta. Media sosial digunakan aktif di berbagai platform seperti Instagram, Twitter, Whatsapp, dan TikTok. Berdasarkan survei pada tahun 2018, pihak Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa sebanyak 171,1 juta penduduk Indonesia yang menggunakan internet mengalami peningkatan sebesar 27,9 juta daripada tahun lalu yaitu 143,2 juta. Pada tahun 2019-2020 pengguna internet penduduk Indonesia mengalami peningkatan yaitu 196,71 juta dari total keseluruhan penduduk Indonesia 266,91 juta [8].

Oleh karena itu, dari berbagai kalangan tiap seseorang memanfaatkan media sosial dengan bijak untuk kegiatan personal brandingnya hingga menjadikannya pekerjaan utama hingga memperoleh penghasilan [9]. Salah satunya adalah aplikasi TikTok. TikTok salah satu platform media sosial, yang seringkali diakses [10]. TikTok adalah sebuah platform media yang menyajikan berbagai video singkat seperti musik atau beragam konten tergantung penggunaannya [11]. Menurut Agustina peningkatan penggunaan TikTok sebesar 38,7% sedangkan menurut datareportal, Platform ini menempati peringkat keempat media sosial, dengan rata-rata 13,8 jam per bulan [10].

TikTok semakin berkembang dengan hadirnya para konten kreator yang terus memunculkan ide kreatifnya untuk menyajikan konten-konten yang menarik. Konten yang menarik sangat disukai oleh pengguna TikTok seperti konten Eksperimen, Challenge, Edukasi hingga konten memasak pun tersedia. Al-Ries (1982) dan Boush (1991) berpendapat sejarah personal branding tiap individu berbeda. Hal itulah yang menyebabkan tiap orang mempunyai keunikan dan ciri tersendiri yang tidak sama pula (Rangkuti, 2013:5).

Seperti salah satunya akun @bobonsantoso adalah seorang konten kreator TikTok di bidang kuliner yang dikenal dengan sebutan "Chef Rakyat Indonesia Memasak Bagimu Negeri". Bobonsantoso mulai bergabung di TikTok pada tanggal 13 Oktober 2020 hingga saat ini ia masih aktif mengupload konten. Popularitas Bobonsantoso semakin meningkat semenjak ia mengubah nama identitasnya menjadi "chef rakyat Indonesia". Akun @bobonsantoso memiliki jumlah followers sebanyak 6,6 juta dan likes sebanyak 84,3 juta dengan tayangan konten yang mencapai 50 juta views. Bobonsantoso memiliki ciri khas daripada para konten kreator lainnya. Bobon menunjukkan dirinya sebagai Chef untuk Rakyat Indonesia tidak hanya semata ingin mencari perhatian publik dengan bakat skill memasaknya tetapi Bobon dengan hati nurani yang ikhlas menginginkan agar semua rakyat Indonesia berada dalam keadaan perut yang kenyang.

Type your title in here (8 pt)

Gambar 1. Bobonsantoso berfoto dengan latar belakang panci berukuran dua meter  
Sumber : Foto Profil Akun Youtube Bobonsantoso

Bobonsantoso menampilkan konten memasak yang berbeda dari para kreator lainnya. Ia dikenal sebagai Chef Rakyat Indonesia karena memasak dengan porsi yang besar menggunakan sebuah panci unik, berbeda dari panci pada umumnya. Bobon memiliki tiga hingga tujuh panci berukuran dua meter untuk konten memasaknya. Dalam kontennya, Bobonsantoso sering memasak dalam porsi besar, seperti memasak martabak Nutella sepanjang dua meter, Dua ratus–Tiga ratus kg daging sapi, Seribu porsi mie bancir khas Banjar, serta membuat pasta terbesar Se-Indonesia bersama La Fonte. Gaya memasak Bobon yang unik dan berani inilah yang membuat Bobon mudah diingat oleh orang lain karena identitasnya sebagai "Chef Rakyat Indonesia", hingga memperkuat personal branding yang ia usung. Bobon siap mengemban peran sebagai "Chef Rakyat Indonesia" dengan misi mewujudkan "Indonesia Menuju Kenyang" dari Sabang hingga Merauke. Chef Bobon tidak membedakan soal agama, ras dan suku tetapi Chef Bobon dengan senantiasa merangkul semua rakyat Indonesia untuk mengenyangkan perut mereka. Bobonsantoso dengan panci berukuran dua meter tersebut, dalam kontennya siap menjelajahi berbagai pulau di Indonesia dan siap menebar kebaikan dan kepedulian dengan masakannya terhadap masyarakat dari Miangas sampai Pulau Rote.

Bobonsantoso dalam video unggahannya, juga menyebut dirinya sebagai Chef Rakyat Indonesia, seperti pada salah satu kontennya yang diupload bertepatan dengan hari kemerdekaan Indonesia. Dalam video tersebut, Bobon mengatakan "Dirgahayu Indonesia! Sebelumnya gw pernah nonton salah satu video random yang lewat di FYP gw, gw Bobon Santoso yang dikenal sebagai Chef Rakyat Indonesia dan gw sangat relate dengan cerita pak dirga".

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farid Ardiansyah dan Kuku Sinduwatmo (2023) yang relevan dengan penelitian saat ini dengan berjudul "Tiktok Sebagai Media Personal Branding Melinda Rohita". Metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif berfokus pada studi kasus personal branding Melinda Rohita dalam media sosialnya yaitu Tiktok @imeyhou. Dalam penelitian ini, peneliti memperkuat hasil analisisnya menggunakan delapan konsep utama personal branding dari Peter Montoya. Hasil penelitian ini memenuhi menunjukkan bahwa personal branding Melinda memenuhi kedelapan konsep Peter Montoya [12].

Type your title in here (8 pt)

Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Meta [Chania \(2023\) "Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial Tiktok". Metode penelitiannya adalah](#)

[analisis isi](#) deskriptif kualitatif. Peneliti menganalisis dengan menggunakan teori personal branding Peter Montoya. Hasil penelitian ini adalah berfokus dalam menunjukkan sosok Vina Muliana yang menjadi seorang konten kreator edukasi dalam bidang karier serta konten yang berhubungan dengan BUMN yang dapat membantu para audiens Vina mengetahui karier yang ada di BUMN [13].

Penelitian terdahulu yang lainnya dilakukan oleh Antonius [Felix, Dimas Okta Briyanti, Felix Melvin Young, Ivan Livaro dan William Wijaya \(2023\) dengan judul "Strategi Identitas Digital: Analisis Personal Branding di Platform Tiktok".](#) Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan studi kasus terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Teori Personal Branding digunakan peneliti untuk mengidentifikasi ciri pribadi yang positif melalui konten yang kreatif sebagai hiburan tren saat ini. Hasil penelitian ini adalah perbedaan usia adalah penentu bagaimana personal branding seseorang terbentuk. Pemanfaatan Tiktok dapat digunakan untuk meningkatkan rasa percaya diri, mengembangkan keterampilan, kreativitas, karakteristik, dan membangun citra publik [14].

Dari penelitian yang sudah ada, penelitian tersebut hanya menggunakan teori personal branding dari Petter Montoya dan hanya menggunakan teori yang bersumber dari jurnal sebagai acuan untuk menganalisis. Sedangkan Pada penelitian yang akan diteliti, peneliti akan menggunakan teori Semiotik Visual dari Carles Sanders Pierce (1839-1914) pada buku Handbook of Visual Communication sebagai acuan untuk menganalisis.

Rumusan masalah penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana sosok Bobon Santoso membangun personal branding melalui konten unggahannya yang selalu menampilkan aktivitas memasak dalam jumlah porsi besar dengan menggunakan panci berukuran dua meter hingga dikenal sebagai chef rakyat Indonesia.

Penelitian ini akan menggunakan teori Semiotika Visual dari Carles Sanders Pierce (1839-1914). Semiotika Visual adalah suatu pemeriksaan dari berbagai jenis makna yang dapat disampaikan dalam indra penglihatan (visual senses). Jika kita mengerti akan makna semiotika visual tidak terhitung dalam konsep seni rupa seperti seni, ukir, seni patung yang hanya semata mata, namun, semua tanda adalah tanda visual [15]. Pierce ialah ahli semiotika yang mengacu membahas produk tanda. Tanda-tanda yang

berbentuk visual ataupun nonvisual adalah bagian dari pembahasan semiotika [16]. Oleh karena itu, **memiliki peran, penting dalam menyampaikan makna dan informasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia**. Peneliti menggunakan metode semiotika visual (Carles Sanders Pierce) dalam buku Handbook of Visual Communication. Yang dimana Pierce membaginya kedalam tiga konsep utama dalam segitiga semiotika sebagai berikut :

Type your title in here (8 pt)

Gambar 2. Segitiga model tanda Priece  
Sumber: Buku Handbook of Visual Communication

#### 1. Penanda

Apapun yang mewakili sesuatu yang lain. Bentuk dimana konten diekspresikan kata, bunyi, gambar, bau atau isyarat.

#### 2. Objek atau referen

Apa yang dirujuk oleh tanda. Ini bisa berupa sesuatu yang nyata, konsep, peristiwa, atau gagasan.

#### 3. Pikiran atau interpretan

Unsur yang membantu pengguna penerima tanda untuk memahami dan menafsirkan makna tanda.

Semiotika terdiri dari bermacam objek, peristiwa serta keseluruhan aspek budaya itu adalah bagian dari tanda. Semiotika meliputi tanda visual, verbal, dan taktile dan olfaktori yang dimana dapat diakses dan diterima oleh berbagai Indera manusia [17]. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana personal branding Bobonsantoso terbentuk melalui tindakan yang ia lakukan, visual yang ditunjukkan oleh Bobon hingga skill memasak yang dimiliki sehingga dijuluki sebagai "Chef Rakyat Indonesia". Personal branding bukan hanya milik publik figure atau orang terkenal, tetapi dimiliki hampir semua orang. Namun, banyak yang membangunnya secara tidak sengaja dan tidak sadar telah menciptakan citra tertentu, sehingga kekuatan citra tersebut sering kali tidak dimanfaatkan dengan optimal [18].

#### RESEARCH METHOD

Metode analisis Semiotika Visual Pierce ini digunakan peneliti untuk menyelidiki bagaimana komponen elemen visual semiotika dalam konten TikTok, seperti Tindakan yang ia lakukan, gaya berpakaian, hingga skill memasak yang ia miliki sehingga dapat berinteraksi langsung dengan audiens dari berbagai daerah untuk membentuk persepsi dan sikap Masyarakat yang berbeda beda [19]. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi pada akun tiktok @bobonsantoso. Teknik ini digunakan untuk observasi seksama terhadap latar belakang yang sesuai. Observasi dianggap pengamatan murni, karena prosesnya tidak mengubah konteks pengamatan yang ada atau bisa disebut data alami [20].

Peneliti mengambil sampel dari konten bobonsantoso pada tahun 2024 yakni tiga video dari total keseluruhan 154 unggahan yang hanya berfokus pada tema Chef Rakyat Indonesia. Dalam akun tiktoknya terdapat tiga kategori tema memasak pada tahun 2024 yaitu memasak dengan politisi,

Type your title in here (8 pt)

memasak sambil berbagi, dan memasak dengan rakyat Nusantara. Dari ketiga kategori tersebut, peneliti mengambil satu video dari tiap kategori untuk dianalisis. Berikut penjelasan dari tiap kategori konten Bobonsantoso :

#### 1. Masak dengan Politisi

Konten yang diambil peneliti adalah konten memasak dengan Prabowo. Konten tersebut memiliki jumlah tayangan sebanyak 28.7 Juta dengan jumlah like sebanyak 2,5 Juta. Bobonsantoso, seorang kreator kuliner terkenal, berkolaborasi dengan politisi dalam rangka memasak besar untuk rakyat. Dalam konten ini, Bobon dan para tokoh politik turun langsung ke lapangan untuk memasak. Dengan gaya khasnya yang penuh aksi dan semangat, Bobon mengajak tokoh politisi untuk menunjukkan sisi lain mereka dengan memasak hingga menyajikan hidangan kepada rakyat. Mereka bukan hanya sebagai pemimpin, tetapi juga sebagai sosok yang dekat dengan rakyat melalui masakan. Hal ini tidak hanya sebagai hiburan, tetapi merupakan hubungan kedekatan antara pemimpin dan masyarakat.

#### 2. Masak dan Berbagi Sesama

Konten yang diambil peneliti adalah tema konten Bobon memasak dalam porsi besar lalu membagikannya kepada Masyarakat. Konten tersebut memiliki jumlah

tayangan sebanyak 5,7 Juta dengan jumlah like sebanyak 561,4 Ribu. Bobonsantoso menyajikan berbagai konten yang menarik seperti memasak dalam porsi besar dan membagikannya langsung kepada masyarakat. Dengan gaya khasnya yang penuh aksi dan humor, Bobon tidak hanya menyajikan hidangan lezat dan sehat tetapi juga menyebarkan semangat kepedulian dengan tidak membedakan dalam hal keagamaan ataupun adat istiadat, Konten ini menunjukkan bagaimana makanan bisa menjadi jembatan untuk berbagi kebahagiaan, mendekatkan diri dengan rakyat, dan menginspirasi banyak orang untuk saling membantu.

3. Masak di Nusantara

Konten yang diambil peneliti adalah tema konten Bobon memasak dalam porsi besar di berbagai daerah. Konten tersebut memiliki jumlah tayangan sebanyak 49.7 Juta dengan jumlah like sebanyak 2,6 Juta. Bobonsantoso menghadirkan berbagai konten Memasak dengan Rakyat Nusantara, menjelajahi Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Dalam perjalanan ini, Bobon berinteraksi langsung dengan masyarakat dari berbagai daerah, memasak bersama mereka menciptakan suasana bahagia. Dengan gaya khasnya yang penuh aksi dan humor, ia tidak hanya menyajikan hidangannya tetapi juga menggali cerita budaya dan kearifan lokal di balik setiap daerah yang ia kunjungi. Konten ini memperlihatkan keberagaman rasa dan kehangatan beragam rakyat Indonesia.

RESULTS AND DISCUSSION

RESULTS

Berdasarkan data penelitian, maka peneliti akan menganalisis tiga video yang terdapat pada akun @bobonsantoso menggunakan visual semiotika Pierce. Menurut Pierce terdapat tiga konsep elemen penting yakni penanda, objek dan interpretan. Elemen penting tersebut berguna untuk mengetahui makna melalui tanda ketika berkomunikasi [21]. Berikut adalah beberapa video yang akan dikaitkan dengan pendekatan semiotika visual Pierce.

Type your title in here (8 pt)

1. Masak dengan Politisi

Tabel 1. Data Bobonsantoso Video Masak dengan Politisi  
Sign Object Interpretan

- Gambar 3
- Sign Symbol (Bobon menggunakan tali pinggang dan blangkon bermotif batik)
  - Sign index (Tulisan “Rawa malang” menunjukkan keberadaan tempat atau wilayah
  - Sign Symbol tersebut termasuk Legisign (Blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia)
  - Sign index tersebut termasuk Sinsign (kata “Rawa malang” menunjukkan daerah yang dijadikan Bobon untuk memasak)

Bobonsantoso berkomunikasi dengan warga kemudian melontarkan pertanyaan “kampung mana?” lalu warga menjawab “Rawa Malang!” Pada scene ini, Bobonsantoso memulai pembukaan kontennya dengan menyapa warga

yang ada di belakangnya dengan memberikan sapaan berupa pertanyaan “kampung mana?” lalu warga menjawab “Rawa Malang!”. Warga menjawab dengan spontan dan penuh semangat. Hal ini menunjukkan bahwa warga Rawa Malang sangat antusias menyaksikan acara masak Bobonsantoso. Dengan ini, Bobon telah mendapat nilai positif dimata Masyarakat. Dengan semangat yang tinggi Bobon siap memasak dan menjelajahi di berbagai daerah lainnya dengan mewujudkan niat baiknya yaitu berbagi bersama sampai menuju Indonesia kenyang.

Type your title in here (8 pt)

Gambar 4

- Sign index (cuaca hujan membuat bahan masakan Bobon basah)  
- Sign index tersebut termasuk sinsign (makanan basah pertanda cuaca hujan)  
Bobonsantoso menggunakan tutup box sterofom sembari memegang bahan masakannya  
Dalam scene tersebut, Bobonsantoso mengucapkan kalimat “walaupun begitu”. Hal ini menunjukkan meskipun cuaca tidak begitu bagus, tetapi semangat dari Bobonsantoso tidak akan pudar, ia terlihat semangat dan professional dalam menjalankan misi masak besarnya. Bobon terlihat sedang menggunakan tutup box sterofom untuk meneduhi dirinya sembari mengecek kualitas bahan masakannya.  
Menurutnya, Apapun tantangan dan kondisinya akan tetap ia jalankan sesuai rencana dengan harapan sehingga tidak



menimbulkan  
kekecewaan bagi  
Masyarakat. Karena  
baginya, memasak  
sekaligus berbagi adalah  
suatu kebahagiaan  
tersendiri yang tidak ada  
takarannya.

Type your title in here (8 pt)

Gambar 5

- Sign Symbol (Bobon  
memakai blangkon dan tali  
pinggang bermotif batik)  
- Sign symbol termasuk  
Legisign (Blangkon batik  
menandakan ciri khas negara  
Indonesia)

Bobonsantoso  
menuangkan bahan  
masakan dengan wajah  
penuh semangat dengan  
tulisan “1000 sampai 1200  
porsi”

Pada scene ini, terlihat  
wajah Bobonsantoso  
sangat bersemangat dan  
antusiasme yang tinggi  
dalam proses  
memasaknya  
menunjukkan rasa  
kegembiraan. Bobon  
juga tampak mengenakan  
pakaian tradisional yang  
dimana hal ini  
menunjukkan rasa  
kemasyarakatan dan  
memperkuat identitasnya  
sebagai “Chef Rakyat  
Indonesia” yang melekat  
dengan budaya dan  
kearifan lokal di  
Indonesia. Dengan  
semangat, Bobon  
mengucapkan “1000  
sampai 1200 porsi” dalam  
hal ini, Bobon akan  
memasak dengan jumlah  
yang banyak yaitu seribu  
hingga seribu dua ratus  
porsi yang kemudian  
akan dibagikan kepada  
warga setempat.  
Memasak dengan porsi  
banyak itulah salah satu  
ciri khas dari seorang  
Bobonsantoso dengan  
menggunakan pancinya  
yang berukuran dua  
meter tersebut. Oleh  
karena itu, Bobon sangat  
mudah dikenali sebagai  
“Chef Rakyat Indonesia”.

Type your title in here (8 pt)

#### Gambar 6

- Sign symbol (Calon Presiden 02 menuangkan bumbu ke masakannya Bobon)  
- Sign symbol tersebut termasuk Sinsign (Calon presiden 02 menunjukkan bahwa sedang melakukan kegiatan memasak)

Calon Presiden 02 Prabowo Subianto menuangkan bumbu masakan Bobonsantoso. Pada scene tersebut, tampak calon Presiden 02 Prabowo ikut serta dalam acara memasak Bobonsantoso. Dapat diartikan bahwa Bobonsantoso telah memilih calon Presiden 02 ini sebagai bentuk keikutsertaan dalam acara memasaknya. Sikap merakyat dan kebersamaan calon presiden 02 ini menarik perhatian masyarakat. Oleh karena itu Bobonsantoso ingin menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki anak-anak kreatif dan inovatif untuk memajukan cinta tanah air dan demokrasi yang berjalan terus.

#### Gambar 7. Inti

- Sign symbol 1 (Bobon mengenakan blangkon motif batik dan itu merupakan ciri khas negara Indonesia)  
Prabowo mencicipi masakan Bobonsantoso dan mengucapkan "Gak kalah dengan restoran". Pada scene tersebut, Prabowo berkeinginan untuk mencicipi masakan dari Bobon. Hal ini menunjukkan bahwa Prabowo merasa bangga dengan Chef Bobon hingga diakui bahwa masakannya "gak kalah dengan restoran".

Type your title in here (8 pt)

- Sign symbol 2 (Calon presiden 02 mencicipi hasil masakan Bobon)  
- Sign symbol 1 termasuk Legisign (Blangkon batik menandakan ciri khas negara

Indonesia)

- Sign symbol 2 termasuk Qualisign (Calon presiden 02 mencicipi masakan Bobon dengan penuh bangga)

Gambar 8

- Sign symbol (Bobon mengenakan blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia)  
- Sign index (Bobon menundukkan badan meraih tangan calon presiden 02)  
- Sign symbol termasuk Legisign (Blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia)  
- Sign index (badan Bobon membungkuk pertanda berjabat tangan dengan calon presiden 02)

Prabowo dan Bobonsantoso berjabat tangan  
Bobonsantoso merasa bangga karena masakannya diakui enak dimata Prabowo. Dan bobon berterimakasih kepada Prabowo telah diizinkan untuk membagikan makananya kepada Masyarakat. Hal ini merupakan suatu penghargaan yang diberikan oleh Prabowo kepada Bobonsantoso. Dengan ini, Bobonsantoso secara tidak langsung memberikan contoh kepada masyarakat.

Type your title in here (8 pt)

Gambar 9

- Sign symbol (dua jari Bobon adalah bentuk dari angka dua)  
- Sign symbol tersebut termasuk Lesign (yang dimana angka 2 terlihat seperti pada gambar)

Bobon menunjukkan angka dua ke kamera  
Pada scene tersebut, terlihat pada akhir acara Bobon menunjukkan dua jarinya ke kamera. Dalam hal ini, Bobon mengingatkan kepada warga media sosial agar tidak golput saat pemilu nanti. Tanpa disadari, Bobon telah memberikan

dukungan kepada calon  
kosong dua.

## 2. Masak dan Berbagi Sesama

Tabel 2. Data Video Bobonsantoso Masak dan Berbagi  
Sign Object Interpretan

### Gambar 10

- Sign symbol 1(Bobon  
mengenakan topi salah  
satu suku di Indonesia)  
Bobonsantoso berbagi  
makanan  
Pada scene tersebut,  
terlihat Bobonsantoso  
mengenakan topi adat  
daerah melambangkan  
suatu identitas seorang  
"Chef Rakyat Indonesia".  
Bobon akan mengenakan  
pakaian ataupun aksesoris  
yang ada pada daerah  
tersebut untuk ia gunakan  
Ketika memasak.  
Bobonsantoso memasak  
dengan porsi besar  
menggunakan panci  
berukuran dua meter  
kemudian akan dibagikan  
ke masyarakat. Banyak

Type your title in here (8 pt)

- Sign symbol 2 (panci  
berukuran dua meter)  
- Sign symbol 1 termasuk  
Legisign (Topi suku  
tersebut merupakan bagian  
dari negara Indonesia)  
- Sign symbol 2 termasuk  
Legisign (panci dua meter  
tersebut digunakan untuk  
memasak porsi besarnya  
Bobon)

warga yang mengantri  
untuk mendapatkan  
makanan Bobon mulai  
dari anak kecil hingga  
dewasa.

### Gambar 11

- Sign icon (gambar  
tersebut adalah wujud dari  
bentuk asli potongan  
ayam)  
- Sign icon tersebut  
termasuk Qualisign  
(potongan ayam dengan  
kuah yang berlimpah)

Menuangkan potongan  
ayam berbumbu  
Pada scene tersebut,  
terlihat Bobon  
menuangkan tiga

potongan ayam  
berbumbu. Hal tersebut  
melambangkan bahwa  
Bobon adalah seorang  
yang dermawan.  
Memberikan potongan  
ayam lebih dari satu.  
Itulah tujuan dari  
Bobonsantoso untuk  
berbagi sesama sesuai  
misinya dalam memasak  
dengan porsi besar untuk  
mengenyangkan perut  
Masyarakat dari sabang  
sampai Merauke.

Type your title in here (8 pt)

Gambar 12

- Sign symbol (Ibu tersebut memberikan jempol kepada Bobon)
- Sign symbol tersebut termasuk Lesign (tangan jempol memberi maksud masakan Bobon enak)

Seorang ibu ibu  
memberikan Bobon tanda  
jempol  
Pada scene tersebut,  
terlihat seorang ibu ibu  
yang telah mengantri  
untuk mendapatkan  
makanan dari Bobon. Ibu  
tersebut tampak senang  
oleh karena itu ia  
mengutarakannya dengan  
ibu jari yang berbentuk  
jempol. Hal itu merupakan  
bentuk ucapan  
terimakasih kepada  
Bobonsantoso karena telah  
memberikan sebuah  
makanan gratis kepada  
masyarakat.

Gambar 13

- Sign symbol (lima jari merupakan tanda bahwa sedang melambaikan tangan)
- Sign symbol tersebut termasuk lesign (lima jari Bobonsantoso melambaikan tangan ke kamera)

Pada scene tersebut, di  
akhir konten  
Bobonsantoso  
melambaikan tangannya  
dan menunjukkan dirinya  
sedang dalam perjalanan  
dengan mengendarai  
sebuah mobil pick up  
dengan membawa panci  
dua meternya tersebut. hal

ini merupakan bukan  
akhir dari perjalanan  
memasak Bobon, tetapi  
Bobon akan terus berjalan  
dan menjelajahi di  
berbagai daerah untuk  
misi memasaknya dengan  
semangat dan pantang  
menyerah.

Type your title in here (8 pt)

yang ditunjukkan  
melambangkan  
perpisahan)

3. Masak di Nusantara

Tabel 3. Data Video Bobonsantoso Masak di Nusantara  
Sign Object Interpretan

Gambar 14

- Sign symbol 1 (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua)
- Sign symbol 2 (seragam TNI Indonesia adalah loreng)
- Sign symbol 1 termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua)
- Sign symbol 2 termasuk Lesign (seragam TNI tersebut juga merupakan identitas yang ditetapkan oleh Negara Indonesia)

Bobonsantoso membagikan makanannya kepada masyarakat  
Pada scene tersebut, Bobonsantoso Tengah memasak di Negara Papua dengan memakai topi asal suku daerah Papua. Disaat Bobonsantoso menuangkan makanan ke piring warga, terlihat seorang aparat negara yang berjaga sambil merekam momen membahagiakan itu seolah olah ingin mengabadikan momen kebersamaan tersebut. partisipasi aparat ini bertujuan untuk ikut serta dalam menjaga perdamaian masyarakat yang menerima makanan gratis dari Bobonsantoso. Dalam hal ini, rasa kehangatan dan kebersamaan akan timbul guna mempererat tali persaudaraan.

Type your title in here (8 pt)

#### Gambar 15

- Sign symbol 1 (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua)
- Sign symbol 2 (seragam TNI Indonesia adalah loreng)
- Sign symbol 1 termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua)
- Sign symbol 2 termasuk Lesign (seragam TNI tersebut juga merupakan identitas yang ditetapkan oleh Negara Indonesia)

Bobonsantoso memberikan makanannya kepada warga anak kecil. Pada scene tersebut, terlihat Bobon sedang memberikan makanannya kepada anak kecil dengan memakai topi suku Papua. Anak kecil tersebut menerima makanan itu dengan senyuman kecil di wajahnya. Tetapi, dibalik itu terdapat rasa yang menggajal. Tanpa disadari Bobonsantoso meminta maaf kepadanya karena memberikan makanan menggunakan tangan kiri. Bukan berarti hal ini buruk, tetapi di Indonesia memiliki adat dan perilaku yang harus dijunjung tinggi dimana dalam memberikan barang sebaiknya menggunakan tangan kanan supaya terlihat sopan.

#### Gambar 16

Bobonsantoso membagikan makanan kepada warga. Pada scene tersebut, terlihat Bobonsantoso memakai topi suku Papua sambil menuangkan makanan di wadah warga Papua. Bobon menuangkannya dengan energik dan penuh kehangatan. Menyambut warga Papua dengan penuh semangat untuk memasak disana. Dalam hal memasak, Bobon tiap memberikan makanan

Type your title in here (8 pt)

- Sign symbol (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua)
- Sign index (proses membagikan makanan)
- Sign symbol termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua)
- Sign index termasuk sinsign (membagikan makanan pertanda terdapat suatu acara)

tidak membedakan bedakan besar porsi yang diberikan di tiap daerahnya. Bobon royal dalam hal memberikan makanan. Terlihat makanan yang dituangkan ke dalam wadah warga Papua begitu berlimpah. Meskipun begitu Bobon tetap membaginya secara merata ke semua Masyarakat disana.

Gambar 17

- Sign Sign symbol (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua)
- Sign index (proses membagikan makanan)
- Sign symbol termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua)
- Sign index termasuk sinsign (membagikan makanan pertanda terdapat suatu acara)

Bobonsantoso hendak menuangkan makanan ke wadah  
 Pada scene tersebut, Bobon memakai topi suku Papua hendak menuangkan makanan ke wadah.  
 Terlihat salah satu pihak media juga terlibat dalam acara memasak Bobon. Pihak media tersebut tidak menampakkan identitasnya dengan jelas hanya membawa sebuah kamera dengan sikap memotret mengabadikan momen tersebut. Hal ini menandakan bahwa acara memasak Bobon dihadiri oleh beragam instansi membuat rasa kebersamaan dan kehangatan menjadi satu



di tanah Papua.

Type your title in here (8 pt)

Gambar 18

- Sign symbol (salah satu identitas orang Papua adalah berkulit hitam dan berambut ikal)  
- Sign symbol tersebut termasuk Qualisign (memiliki kulit hitam tidak menutupi sifat ramah dan bersahabat orang Papua)

Masyarakat Papua sedang mengantri makanan gratis Pada scene terakhir, Bobon memperlihatkan di balik panci dua meternya terdapat banyak orang yang sedang mengantri makanan gratis dari Bobonsantoso. Hal ini merupakan bentuk partisipasi, semangat dan rasa senang yang dimiliki oleh masyarakat Papua, karena mulai dari anak-anak hingga orang tua banyak yang mengantri dan antusias mencicipi masakan bobon. Tidak heran jika Bobonsantoso dijuluki sebagai “Chef Rakyat Indonesia” karena memiliki rasa yang merakyat dan selalu berkeinginan untuk merangkul semua masyarakat Indonesia melalui masakan yang ia sajikan.

## DISCUSSION

Penyebab pesatnya perkembangan teknologi pengetahuan dan informasi ini menjadikan media sosial sebagai salah satu platform hemat biaya dalam pengembangan diri untuk meningkatkan personal branding diri sendiri. Personal branding diri sendiri melalui media sosial begitu mudah seperti konsisten membuat konten yang menarik, memiliki kualitas video yang baik dan sering berinteraksi dengan audiens hingga terbentuk suatu personal branding yang dimana tiap orang memiliki ciri khasnya masing masing.

Seperti akun @bobonsantoso sosok dari pemilik akun tersebut mempunyai ciri khas tersendiri yaitu dikenal sebagai “Chef Rakyat Indonesia”. Hal ini tidak lagi menjadi sebutan biasa tetapi menjadi top of mind bagi para audiensnya. Dalam membangun personal brandnya dengan sebutan “Chef Rakyat Indonesia” bermula dengan konten unggahannya yang selalu menampilkan aktivitas memasaknya dalam jumlah porsi besar dengan menggunakan panci berukuran dua meter. Tidak hanya itu, Bobon juga memiliki misi sosial tersendiri yakni memasak besar disertai menjelajahi seluruh daerah di Indonesia dengan tetap memasak dan berbagi makanan gratis kepada masyarakat. Berdasarkan hasil data pada tabel diatas menggunakan semiotika visual Pierce, dapat disimpulkan bahwa personal branding Bobonsantoso dengan sebutannya “Chef Rakyat Indonesia” terbentuk melalui berbagai elemen terutama elemen visual seperti

Type your title in here (8 pt)

warna kontras konten, pencahayaan yang digunakan, ekspresi wajah serta gestur yang

ditunjukkan hingga properti yang dipakai memberikan efek visual tersendiri. Khedher (2019) berpendapat bahwa kekuatan personal branding juga harus didukung dengan elemen visual yang sesuai dengan pesan disampaikan [22]. Tidak hanya dengan elemen visual saja, tetapi dengan sikap Bobon yang sering berinteraksi dengan masyarakat dapat menciptakan suasana kedekatan yang merakyat. Dalam hal ini, Bobon menampilkan citra yang positif sebagai “Chef Rakyat Indonesia” karena sikapnya yang merakyat dan memperdulikan kebutuhan sosial masyarakat melalui makanan gratis yang ia berikan. BobonSantoso dalam konten unggahannya pernah berkolaborasi dengan tokoh politik dalam acara memasak. Kolaborasi ini menjadi bentuk partisipasi tokoh politik dalam menunjukkan rasa kebersamaan dan kedekatan antara pemimpin dengan Masyarakat. Tanpa disadari kolaborasi ini dapat menciptakan suasana baru atau berkaitan dengan adanya berkampanye melalui media sosial. Di Indonesia, penggunaan media sosial sangatlah beragam salah satunya adalah dikaitkan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana kampanye politik. Pemanfaatan berkampanye melalui media sosial dapat mempengaruhi citra diri sebagai alat berkomunikasi dengan menunjukkan aksi nyatanya melalui media sosial. Dalam era politik modern yang sangat terhubung secara digital, media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi publik dan membangun citra positif bagi para politisi [23]. Dalam kegiatan tersebut, Tokoh politik tersebut juga mencicipi masakan Bobon dan memberikan pujian, dan memberikan dukungan untuk melanjutkan misi sosial acara memasaknya. Selain itu, Bobonsantoso saat memasak tidak lupa untuk menggunakan elemen budaya di tiap daerahnya, misalnya menggunakan topi, blangkon ataupun selendang khas daerah tertentu. Hal itu merupakan bentuk penghormatan budaya lokal yang terbentuk dalam diri Bobon. Tanpa disadari penggunaan properti khusus pada tiap acara memasaknya membuat sebuah branding dalam dirinya terbentuk. Misalnya, Bobon memakai topi suku Papua, blangkon dengan motif batik ataupun aksesoris lainnya. Penggunaan panci berukuran dua meter tersebut, pastinya mendorong Bobon untuk memasak dengan jumlah porsi besar misalnya dua ratus hingga tiga ratus kilogram beef sapi. Meskipun begitu, Bobonsantoso tidak memperhitungkannya. Ia dikenal sebagai orang yang dermawan dan sopan kepada masyarakat dalam hal berbagi. Anak muda seperti inilah yang dibutuhkan oleh bangsa berpikir kreatif dan inovatif dan memiliki rasa kepedulian yang tinggi. Dilihat dari respon dan antusias tinggi dari masyarakat, menjadikan Bobon diterima baik sebagai seseorang yang memberikan kebahagiaan dan kebersamaan melalui makanan. Ia akan tetap memasak di seluruh Indonesia dari Sabang sampai Merauke tanpa membedakan-bedakannya dari ras, suku, adat, agama hingga warna kulit sekalipun. Tidak heran jika Bobonsantoso dijuluki sebagai “Chef Rakyat Indonesia” karena memiliki rasa yang selalu merakyat dan selalu berkeinginan untuk merangkul semua masyarakat Indonesia melalui masakan yang ia sajikan. Oleh karena itu, melalui semiotika visual Pierce secara konsisten Bobonsantoso memperkuat personal brandingnya melalui elemen elemen visual yang ditunjukkannya melalui simbol, interaksi serta tindakan nyata menjadikan identitasnya terbentuk hingga dikenal “Chef Rakyat Indonesia”. Bobon membangun personal brandingnya tidak hanya menjadi seorang konten kreator yang pandai memasak dengan porsi besar disamping itu

Type your title in here (8 pt)

ia adalah konten kreator yang memiliki rasa kepedulian sosial tinggi melalui budaya lokal dalam mensejahterakan masyarakat Indonesia.

## CONCLUSION

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Bobonsantoso telah berhasil membangun personal brandingnya melalui konten gaya memasaknya yang unik yaitu memasak dengan panci berukuran dua meter yang didukung dengan elemen elemen visual yang ditunjukkannya, seperti warna kontras konten, pencahayaan yang digunakan, ekspresi wajah serta gestur yang ditunjukkan hingga properti yang dipakai. Dengan elemen visual tersebut, Bobon mampu meningkatkan personal brandingnya dengan memperkuat interaksi dan sikap dermawannya dalam pembagian makanan gratis tanpa melihat latar belakang masyarakat demi menciptakan rasa kedekatan dan kehangatan dengan audiens.

Dengan menggunakan semiotika visual Pierce, Bobonsantoso mampu membangun personal brandingnya dengan menunjukkan bahwa elemen elemen visual memiliki peranan penting baginya dalam membentuk persepsi publik. Bobonsantoso bukan hanya sekedar Chef biasa namun disisi lain Bobon memiliki identitas rasa kepedulian sosial yang tinggi dan dapat menjadi contoh tokoh inspiratif.

## REFERENCES

- [1] **D. A. Nani, L. Ahluwalia, and D. Novita, "Pengenalan literasi keuangan," J. Technol. Soc. Community Serv., vol. 2, no. 2, pp. 43–47, 2021, [Online]. Available:** <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknobdimas>
- [2] A. Dwi, S. Hamidah, A. W. Oktavia, A. Puspitasari, E. Prastiwi, and A. P. Marselina, "Pelatihan Personal Branding Dalam Membangun Citra Diri," vol. 2, no. 1, pp. 56–64, 2022.
- [3] N. A. Sandi and P. Febriana, "Sadfishing: Studi Netnografi pada Konten dengan Tagar #rumahkokkayu Di Tiktok," J. Komun. Glob., vol. 12, no. 1, pp. 30–52, 2023, doi: 10.24815/jkg.v12i1.30216.
- [4] M. Fajrur and P. Febriana, "Penggunaan New Media Dikalanagn Orang Tua golongan Milenial Sebagai Media pengasuhan Anak," J. Inov. Pendidik. Guru Raudhatul Athfal, vol. 10, no. 1, p. 26, 2022.
- [5] S. Rahmah, " **Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram,**" J. Interak. J. Ilmu Komun., vol. 5, no. 1, pp. 94–101, 2021, doi: 10.30596/interaksi.v5i1.5584.
- [6] **M. Sholichah and P. Febriana, "Konstruksi Citra Diri Dalam Media Baru Melalui Aplikasi Instagram (Analisis Semiotik Postingan Instagram@ Maudyayunda)," JSK J. Spektrum Komun., vol. 10, no. 1, pp. 177–186, 2022.**
- [7] **Arba Choirul Umam and P. Febriana, "Analisis Semiotik Unggahan Akun Instagram @fapstronautindonesia dalam Menghentikan Perilaku Kecanduan Pornografi," J. Komun. Prof., vol. 7, no. 3, pp. 474–492, 2023, doi: 10.25139/jkp.v7i3.5915.**
- [8] **Y. Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital," J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res., vol. 5, no. 4, pp. 1006–1013, 2021, doi: 10.52362/jisamar.v5i4.609.**
- [9] Z. Wang, "Pembentukan Personal Branding Melalui Media Sosial, Yohanna Eka Putri br Girsang," vol. 017501, pp. 51–65, 2023.
- [10] **R. A. T. Ardana and P. Febriana, "Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @duniaislam2 sebagai Media Dakwah," Acad. Globe Inderscience Res., vol. 2, no. 4, pp. 1–10, 2023,**

Type your title in here (8 pt)

doi: 10.47134/academicia.v2i4.7.

- [11] **A. Yuliana, "Efektifitas Pemanfaatan Video Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran TIK Untuk Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Era Literasi Digital," J. Pendidik. Teknol. Inf. dan Komun., vol. 10, no. 1, pp. 32–43, 2024, doi: 10.31980/jpetik.v10i1.1546.**
- [12] **F. Ardiansyah and K. Sinduwiatmo, "Tiktok Sebagai Media Personal Branding Melinda Rohita," J. Pustaka Komun., vol. 6, no. 1, pp. 169–180, 2023, doi: 10.32509/pustakom.v6i1.2586.**
- [13] M. Chania, "Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial Tiktok," pp. 59–60, 2023.
- [14] **A. Felix, D. O. Briyanti, F. M. Young, I. Livaro, and W. Wijaya, "Strategi Identitas Digital: Analisis Personal Branding Di Platform Tiktok," JDMR J. Digit. Media Relatsh., vol. 5, no. 2, pp. 92–100, 2023, [Online]. Available: <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jdigital/article/view/1405>**
- [15] F. Hendrawan, " **'Dari Lucu Menuju Komersial' Sebuah Tinjauan Semiotika Visual Komik Iklan Tahi Lalats 'From Funny To Commercial' a Study of Visual Semiotics Tahi Lalats Commercial Comic,**" vol. 19, no. 2, pp. 205–222, 2023.
- [16] **I. Mustika and H. Isnaini, "Konsep Cinta Pada Puisi-Puisi Karya Sapardi Djoko Damono: Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce," J. AI-AZHAR Indones. SERI Hum., vol. 6, no. 1, p. 1, 2021, doi: 10.36722/sh.v6i1.1436.**
- [17] J. Gerung, O. S. Meruntu, and T. Senduk, " **Representasi Perlawanan Mahasiswa Dalam Lirik Lagu Darah Juang Dan Pembebasan (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce),**" Kompetensi, vol. 3, no. 9, pp. 2533–2546, 2023, doi: 10.53682/kompetensi.v3i9.7642.
- [18] C. Malahayati, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Pada Akun Tiktok @ Kingkevin \_," J. Hukum, Sos. Hum., vol. 3, no. 2, pp. 537–545, 2024.
- [19] H. Fitri, M. Ichsan, and R. Yunita, "Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten Tiktok dalam Political Branding Prabowo-Gibran Di Pemilihan Umum 2024," vol. 4, pp. 4825–4844, 2024.
- [20] W. D. A. N. Kuesioner, "Siti Romdona, Silvia Senja Junista,Ahmad Gunawan," vol. 3, no. 1, pp. 39–47.
- [21] **N. R. Tania, R. M. N. Sakinah, and D. Rusmana, "Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Karikatur Cover Majalah Tempo Edisi 16-22 September 2019," J. Humaya J. Hukum, Humaniora, Masyarakat, dan Budaya, vol. 2, no. 2, pp. 139–149, 2022, doi: 10.33830/humayafhisip.v2i2.2578.**
- [22] P. Emalia, A. Zahra, M. I. Ilham, U. D. Bintang, and M. A. Taqwin, " **Representasi Personal Branding Maudy Ayunda Di Akun You Tube @ modmedia,**" vol. 7, 2024.
- [23] N. Ahmad, K. Nur, K. Pohan, S. Alfira, K. Aulia, and C. F. Paripurna, "Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju PILGUB DKI Jakarta 2024," no. 2, pp. 1–17, 2024.