

## ABSTRAK

Berikut ini merupakan skripsi peneliti dengan judul ***Personal Branding Wanita Karier PT. Fajar Puncak Pratama di Kota Bandung***. Penelitian ini berfokus pada Bagaimana *Personal Branding* yang dilakukan oleh wanita karier yang bekerja di PT. Fajar Puncak Pratama Pasar Kaliki di Kota Bandung. Wanita karier perlu melakukan *personal branding* sebagai wujud persona diri yang berdampak baik bagi dirinya, orang sekitar maupun perusahaan. Dalam rangka membentuk kepercayaan diri dan kredibilitas yang ditujukan bagi diri sendiri maupun orang lain. Penelitian ini bertujuan agar mengetahui bagaimana wanita karier yang bekerja di Tupperware tersebut dalam mengelola *competency*, membentuk *connectivity*, menciptakan *creativity* dan membangun *contribution & compliance*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif serta menggunakan paradigma konstruktif. Sedangkan, teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori citra dan untuk mengetahui perilaku *personal branding* yang dilakukan oleh wanita karier tersebut dengan menggunakan *Personal Branding: Circle –P* dari Silih Agung Wasesa. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam serta observasi langsung di lapangan dengan mengambil tiga orang sebagai informan inti, satu orang sebagai informan kunci, dua informan akademis serta tiga informan tambahan. Pembagian tersebut bertujuan agar data yang diperoleh dapat dilihat dari berbagai sudut pandang serta memiliki penilaian dari masing –masing informan.

Berdasarkan hasil penelitian berikut, *Personal Branding* membantu usaha Ibu Angel, Ibu Sri dan Ibu Prasad dalam rangka menarik minat orang lain. Masing –masing informan inti memiliki pendekatan yang berbeda dalam melakukan *personal branding*. Sehingga akan memiliki perbedaan dengan sudut pandang yang berbeda dari masing –masing individu dalam rangka mengembangkan eksistensi diri mereka selama berada di perusahaan Tupperware.

**Kata kunci:** *Personal Branding*, Wanita Karier, Tupperware.

## **ABSTRACT**

*This is a research thesis with the title of Personal Branding Wanita Karier PT. Fajar Puncak Pratama di kota Bandung. This research focuses on how Personal Branding is done by a career woman working in PT. Fajar Puncak Pratama Pasar Kaliki in Bandung City. Career women need to do personal branding as a form of self-persona that has a good impact on both the people and the company. In order to establish confidence and credibility aimed at oneself and others. This research aims to know how the career woman working in Tupperware in managing competency, forming connectivity, creating creativity and build contribution & compliance.*

*This research uses qualitative research methods as well as using constructive paradigms. Meanwhile, the theory used in this research is to use image theory and to know performed by the career woman by using Personal Branding: Circle – P of the Silih Agung Wasesa. The research was conducted by conducting in-depth interviews as well as an observation on the field by taking three people as the core informant, one person as the key informant, two academic informants, and three additional informants. The division aims to allow the data to be viewed from various angles and have the assessment of each informant.*

*Based on the results of the following studies, Personal Branding helps the efforts of Mrs. Angel, Mrs. Sri and Mrs. Prasad in order to attract to the others. Each core the informants has a different approach in conducting personal branding. So it will give differences about viewpoints of each individual in order to develop their own existence while in the Tupperware company.*

**Keywords: Personal Branding, Women Career, Tupperware**

## RINGKESAN

*Di handap ieu mangrupa skripsi peneliti kalawan judul Personal Branding Wanita Karier PT. Fajar Puncak Pratama di Kota Bandung. Panalungtikan ieu berfokus dina Kumaha Personal Branding anu dipigawe ku wanoja karier anu didamel di PT. Fajar Puncak Pratama Pasar Kaliki di Dayeuh Bandung. Wanoja karier peryogi ngalakukeun personal branding minangka wujud persona diri anu berdampak sae kanggo dirina, jalmi kira-kira atawa pausahaan. dina raraga nyieun kapercayaan diri sarta kredibilitas anu ditujukeun kanggo diri sorangan atawa batur. Panalungtikan ieu boga tujuan supados terang kumaha wanoja karier anu didamel di Tupperware kasebat dina ngokolakeun competency, nyieun connectivity, nyiptakeun creativity sarta ngawangun contribution & compliance.*

*Penelitian ieu ngagunakeun padika panalungtikan kualitatif sarta ngagunakeun paradigma konstruktif. Sedengkeun, teori anu dipake dina panalungtikan ieu ngagunakeun teori wangwangan sarta kanggo terang laku-lampah personal branding anu dipigawe ku wanoja karier kasebat kalawan ngagunakeun Personal Branding: Circle –P ti Silih Agung Wasesa. Panalungtikan ieu dipigawe ku cara ngalakukeun wawancara mendalam sarta observasi langsung di lapang kalawan nyokot tiluan minangka informan inti, hiji jalmi minangka informan konci, dua informan akademis sarta tilu informan tambahan. Pamerean kasebat boga tujuan supados data anu ditampa tiasa ditingali ti sagala rupa panempo sarta ngabogaan pameunteunan ti sewang – sewang informan.*

*Berdasarkan kenging panalungtikan katut, Personal Branding ngabantuan usaha Bu Angel, Bu Sri sarta Bu Prasad dina raraga metot minat batur. Sewang – sewang informan inti ngabogaan pendekatan anu benten dina ngalakukeun personal branding. Ku kituna bade ngabogaan beda kalawan panempo anu benten ti sewang –sewang individu dina raraga ngembangkeun eksistensi diri maranehanana salila aya di pausahaan Tupperware.*

*Sanggem kunci: Personal Branding, Wanoja Karier, Tupperware.*