**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang khususnya teknologi informasi semakin pesat perkembanganya karena menggunakan internet. Tentunya hal ini menyebabkan membuat usaha dan memasarkan nya di internet semakin di minati masyarakat dan biasa disebut bisnis *online.* KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION sebagai salah satu yang mempromosikan usahanya di media sosial Instagram yang sedang marak digunakan oleh pemilik bisnis yang bertujuan untuk menarik perhatian dan minat konsumen. *Personal Branding* yang dilakukan oleh Kim Jeffrey Kurniawan melalui internet khususnya media sosial Instagram dapat membuat peluang untuk kelancaran usahanya yaitu KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION, dengan mempunyai nilai lebih dalam dirinya Kim Jeffrey Kurniawan dapat membuat usahanya tersebut berkembang. Dengan demikian usaha yang dilakukan oleh Kim Jeffrey Kurniawan dalam mempromosikan usahanya secara lebih luas. Tujuan peneliti membuat penelitian ini adalah untuk mengetahui pembetukan citra yang dilakukan oleh Kim Jeffrey Kurniawan untuk membuat konsumen tertarik terhadap usahanya yaiut KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION. *Personal branding* dan promosi yang dilakukan melalui penggunaan media sosial Instagram untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan *internet searching.* Narasumber dari penelitia ini adalah pengikut media sosial Instagram dari KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION yang man akun ya adalah @kim.barberpassion, narasumber tersebut juga dibagi menjadi dua yaitu adalah yang pernah menggunakan jasa dari KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION dan yang belum pernah. Teori yang digunakan adalah Teori Pembentukan Citra menurut Soleh Soemirat dan Elvinaro. Hasil dari penelitian ini adalah yang dilakukan Kim Jeffrey Kurniawan untuk membuat usaha nya di kenal masyarakat memakai *personal branding* dari dirinya sebagi pemilik. *Personal Branding* ini adalah cara untuk membuat orang tertarik dan penasaran terhadap usahanya yaitu KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION. Media yang dipakai adalah media sosial Instagram. dari cara pemasaran yang digunakan, Kim telah membuat perubahan sikap yang terjadi pada masyarakat sesuai dengan apa yang menjadi tujuan Kim Jeffrey Kurniawan.

**Kata kunci:** *Personal Branding,* Kim Jeffrey Kurniawan, KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION, Instagram, Teori Pembetukan Citra.

***ABSTRAC***

*The development of technology is currently very developed, especially information technology, which is growing rapidly because it uses the internet. Of course this has led to making businesses and marketing them on the internet increasingly attractive to the public and commonly called an online business. KIM KURNIAWAN'S BARBER PASSION as one that promotes its business on Instagram social media, which is being used by business owners to attract consumer attention and interest. Personal Branding carried out by Kim Jeffrey Kurniawan through the internet, especially Instagram social media, can create opportunities for the smooth running of his business, namely KIM KURNIAWAN'S BARBER PASSION, by having more value in him Kim Jeffrey Kurniawan can make his business grow. Thus the efforts made by Kim Jeffrey Kurniawan in promoting his business more widely. The purpose of the researchers in making this study was to determine the image formation carried out by Kim Jeffrey Kurniawan to make consumers interested in his business, namely KIM KURNIAWAN's BARBER PASSION. Personal branding and promotion carried out through the use of Instagram social media to provide maximum service to consumers. This research uses descriptive qualitative, by collecting data through interviews, observation, literature study, documentation, and internet searching. The sources of this research are Instagram social media followers from KIM KURNIAWAN'S BARBER PASSION whose account is @ kim.barberpassion, these sources are also divided into two, namely those who have used the services of KIM KURNIAWAN'S BARBER PASSION and who have never. The theory used is the Image Formation Theory according to Soleh Soemirat and Elvinaro. The result of this research is what Kim Jeffrey Kurniawan did to make his business known to the public using personal branding from himself as the owner. This personal branding is a way to make people interested and curious about his business, namely KIM KURNIAWAN'S BARBER PASSION. The media used is Instagram social media. From the marketing methods used, Kim has made changes in attitudes that occur in society according to what Kim Jeffrey Kurniawan's goals are.*

***Keywords* :** *Personal Branding, Kim Jeffrey Kurniawan, KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION, Instagram, Image Formation Theory.*

***RINGKESAN***

*Kamekaran téknologi ayeuna nuju maju pisan, utamina téknologi inpormasi, anu tumuh gancang kusabab ngagunakeun internét. Tangtosna ieu parantos nyababkeun ngadamel usaha sareng pamasaran aranjeunna dina internét beuki pikaresepeun pikeun masarakat sareng biasa disebut bisnis online. KIM KURNIAWAN's BARBER PASSION salaku salah sahiji anu ngamajukeun usahana dina média sosial Instagram, anu ayeuna dianggo ku pamilik bisnis pikeun narik perhatian sareng minat konsumen. Branding Pribadi anu dilakukeun ku Kim Jeffrey Kurniawan ngalangkungan internét, khususna média sosial Instagram, tiasa nyiptakeun kasempetan pikeun lancar usahana, nyaéta KAS KURNIAWAN'S BARBER PASSION, ku ngagaduhan nilai anu langkung di anjeunna Kim Jeffrey Kurniawan tiasa ngajantenkeun usahana maju. Kukituna usaha anu dilakukeun ku Kim Jeffrey Kurniawan dina ngamajukeun usahana langkung lega. Tujuan paniliti dina ngadamel panilitian ieu nyaéta pikeun nangtoskeun pembentukan gambar anu dilakukeun ku Kim Jeffrey Kurniawan pikeun ngajantenkeun konsumen resep kana usahana, nyaéta KIM KURNIAWAN's BARBER PASSION. Merk pribadi sareng promosi dilaksanakeun ngalangkungan panggunaan média sosial Instagram pikeun nyayogikeun jasa maksimal pikeun konsumén. Panilitian ieu ngagunakeun kualitatif déskriptif, ku ngumpulkeun data ngalangkungan wawancara, obsérvasi, studi pustaka, dokuméntasi, sareng milarian internét. Sumber tina panilitian ieu nyaéta pengikut média sosial Instagram ti KIM KURNIAWAN'S BARBER PASSION anu akun na @ kim.barberpassion, sumber ieu ogé dibagi jadi dua, nyaéta anu parantos ngagunakeun jasa PASISI BARBER KIM KURNIAWAN sareng anu henteu pernah. Téori anu digunakeun nyaéta Téori Formasi Gambar numutkeun Soleh Soemirat sareng Elvinaro. Hasil tina panilitian ieu nyaéta naon anu dilakukeun ku Kim Jeffrey Kurniawan pikeun ngajantenkeun usahana na dikenal ku masarakat ku ngagunakeun mérek pribadi ti dirina salaku anu bogana. Merek pribadi ieu mangrupikeun cara pikeun ngajantenkeun jalma resep sareng panasaran kana usahana na, nyaéta KIM KURNIAWAN's BARBER PASSION. Média anu digunakeun nyaéta média sosial Instagram. Tina metode pamasaran anu digunakeun, Kim parantos ngajantenkeun parobihan anu kajantenan di masarakat numutkeun tujuan Kim Jeffrey Kurniawan.*

***Saur Konci* :** *Personal Branding,* Kim Jeffrey Kurniawan, KIM KURNIAWAN’S BARBER PASSION, Instagram, Teori Pembetukan Citra.