

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Semiotika Personal Branding Tasyi Athasyia Sebagai Konten Kreator Food Reviewer Melalui Youtube”. Tujuan penelitian ini ialah untuk menemukan *object*, *representament/sign*, *interpretant* dan delapan elemen personal branding menurut Peter Montoya yang berkaitan dengan personal branding Tasyi Athasyia menggambarkan atau menginterpretasikan sebagai konten kreator *food reviewer* melalui akun YouTubenya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi dan riset studi kepustakaan. Pada tahapan teknik analisis data semiotika Charles Sanders Peirce menggunakan segitiga triadik yaitu *sign*, *interpretant* dan *object*. Kemudian dianalisis menggunakan delapan konsep personal branding menurut Peter Montoya.

Hasil penelitian ini ditemukannya dalam keempat konten model ialah tanda tiga elemen dan 8 konsep personal branding Peter Montoya dan yang menjadi kekuatan personal branding Tasyi Athasyia adalah hukum spesialisasi dan hukum perbedaan.

Hal tersebut dapat dilihat dari Tasyi Athasyia dalam kemampuan kepiawaiannya mengulas makanan dan melakukan hal yang berbeda dengan food reviewer lainnya yang melakukan ulasan makanan. Penelitian ini diharapkan bahwa platform YouTube tidak hanya semata-mata untuk hiburan, melainkan untuk meningkatkan personal branding dan kemampuan seseorang,

Kata kunci : Semiotika, Personal Branding, Konten Kreator, Food Reviewer.

ABSTRACT

This study is entitled "Semiotic Analysis of Tasyi Athasyia's Personal Branding as a Food Reviewer Content Creator Through Youtube". The purpose of this study is to find objects, representament/sign, interpretant and eight elements of personal branding according to Peter Montoya related to Tasyi Athasyia's personal branding describing or interpreting as a food reviewer content creator through her YouTube account.

In this study, the researcher used Charles Sanders Peirce's semiotic analysis, with a qualitative descriptive research method. Data collection was carried out using documentation methods and literature study research. At the stage of Charles Sanders Peirce's semiotic data analysis technique using a triadic triangle, namely sign, interpretant and object. Then analyzed using eight personal branding concepts according to Peter Montoya.

The results of this study were found in the four contents of the three-element sign model and 8 personal branding concepts of Peter Montoya and the strength of Tasyi Athasyia's personal branding is the law of specialization and the law of difference.

This can be seen from Tasyi Athasyia in her ability to review food and do things differently from other food reviewers who review food. This study is expected that the YouTube platform is not only for entertainment, but also to improve one's personal branding and abilities,

Keywords : Semiotic, Personal Branding, Content Creator, Food Reviewer.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “Analisis Sémiotik Personal Branding Tasyi Athasyia salaku Pangresensi Pangwangun Konten Ngaliwatan YouTube”. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun manggihan objék, representament/tanda, interpretan jeung dalapan unsur personal branding nurutkeun Peter Montoya anu aya patalina jeung personal branding Tasyi Athasyia anu dijéntrékeun atawa ditafsirkeun salaku food reviewer content creator ngaliwatan akun YouTube-na.

Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngagunakeun analisis sémiotik Charles Sanders Peirce, kalawan métode déskriptif kualitatif. Ngumpulkeun data dilaksanakeun ngagunakeun métode dokuméntasi jeung panalungtikan studi pustaka. Dina tahap téhnik analisis data sémiotik, Charles Sanders Peirce ngagunakeun segitiga triadic, nya éta tanda, interpretan jeung objék. Lajeng dianalisis ngagunakeun dalapan konsép branding pribadi nurutkeun Peter Montoya.

Hasil tina ieu panalungtikan kapanggih dina opat eusi modél tanda tilu unsur jeung 8 konsép personal branding Peter Montoya sarta kakuatan personal branding Tasyi Athasyia nyaéta hukum spésialisasi jeung hukum bédana.

Hal ieu bisa katitén tina kaparigelan Tasyi Athasyia dina ngaresensi kadaharan jeung ngalakukeun hal-hal anu béda jeung para résensi kadaharan séjénna anu ngarévisi kadaharan. Panalitian ieu ngaharepkeun yén platform YouTube sanés ngan ukur pikeun hiburan, tapi ogé pikeun ningkatkeun branding sareng kamampuan pribadi hiji jalma.

Kecap Konci : Sémiotik, Mérek Pribadi, Konten Kreator, Pangresensi Pangan.