

## **ABSTRAK**

### **PROSES *BRANDING* OLEH *INFLUENCER LOKAL* (Studi Kasus Akun-Akun Instagram Kuliner Di Provinsi Lampung).**

**Oleh**

**IMELDA DIORAHMA**

Lampung merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki beragam jenis kuliner. Kuliner tersebut merupakan bentuk dari budaya yang harus di lestarikan dan diperkenalkan ke masyarakat luas sehingga perlu melibatkan peran gastronomi dengan menggunakan media sosial. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana proses *branding* yang dilakukan oleh *influencer* lokal akun-akun Instagram di provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan studi kepustakaan.. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam proses branding akun-akun Instagram lokal di provinsi Lampung *membranding* dengan akun kuliner. Dengan adanya *branding* yang dimiliki oleh setiap akun kuliner, tentunya terdapat tujuan dari dilakukannya *branding* tersebut yaitu masyarakat dapat lebih mengenal tentang kuliner di suatu wilayah khususnya Lampung melalui akun kuliner tersebut, akun Instagram kuliner tersebut mampu menarik wisatawan untuk dapat hadir dan mencoba kuliner yang mereka posting pada akun kuliner tersebut.

Kata kunci: Proses *Branding*, *Influencer Lokal*, Instagram, Kuliner, Gastronomi

## ***ABSTRACT***

# ***BRANDING PROCESS BY LOCAL INFLUENCER (Case of Study Culinary Instagram Accounts In Lampung Province)***

***BY***

***IMELDA DIORAHMA***

*Lampung is one of Indonesia's regions with various culinary types. The culinary is a form of culture that must be preserved and introduced to the wider community so it is necessary to involve a gastronomic role by using social media. The purpose of this research is to describe and analyze how the branding process is carried out by local influencers on instagram account in lampung province. the research uses a descriptive qualitatif approach with data as the data collection tech. the data is collected and analyzed for conclusions. the results showed that in the reducted branding prosess, local Instagram account in Lampung province are compared with culinary accounts. With the branding that is owned by each culinary account, there is a purpose for doing this branding, namely that people can get to know more about culinary in an area, especially Lampung through the culinary account, the culinary Instagram account is able to attract tourists to be able to attend and try the culinary they posted.*

*Keywords: Branding Process, Local Influencers, Instagram, Culinary, Gastronomi*