

ABSTRAK

PRAKTIK *PERSONAL BRANDING* MAHASISWA AKTIF PADA KEGIATAN NON-AKADEMIK DI INSTAGRAM DALAM BUDAYA *HUSTLE*

Oleh

SALVIA JULIANDRA PUTRI

Mahasiswa, dewasa ini, tidak hanya dituntut untuk produktif dalam kegiatan akademik dan non-akademik, tetapi juga untuk menampilkan produktivitas tersebut di media sosial sebagai bagian dari citra diri. Fenomena ini menunjukkan bahwa *personal branding* di Instagram tidak terlepas dari pengaruh budaya *hustle* yang mendorong individu untuk terus aktif dan terlihat produktif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami praktik *personal branding* mahasiswa aktif dalam kegiatan non-akademik di Instagram dalam konteks budaya *hustle*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif untuk memahami *praktik personal branding* mahasiswa dalam konteks budaya *hustle*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap aktivitas sehari-hari dan akun Instagram, serta dokumentasi terhadap tiga mahasiswa aktif, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman serta diuji melalui triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai ruang konstruksi identitas yang terkurasi, di mana mahasiswa secara sadar menampilkan citra diri yang produktif melalui seleksi konten, estetika visual, dan narasi tertentu. Praktik ini mencerminkan pengelolaan kesan (*impression management*) melalui pemisahan *front stage* dan *back stage*. Selain itu, budaya *hustle* terinternalisasi dalam cara mahasiswa memaknai produktivitas sebagai nilai diri. *Personal branding* tidak hanya berfungsi sebagai strategi individu, tetapi juga sebagai praktik sosial yang mereproduksi dan memperkuat budaya *hustle* di kalangan mahasiswa. Penelitian ini secara teoritis berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital, *personal branding*, dan representasi identitas di media sosial, serta secara praktis memberikan pemahaman yang lebih reflektif bagi mahasiswa dalam memaknai praktik *personal branding* dan budaya produktivitas di ruang digital.

Kata kunci: *personal branding*, mahasiswa, Instagram, budaya *hustle*, konstruksi identitas

ABSTRACT

PERSONAL BRANDING PRACTICES OF ACTIVE STUDENTS IN NON-ACADEMIC ACTIVITIES ON INSTAGRAM IN THE ERA OF HUSTLE CULTURE

By

SALVIA JULIANDRA PUTRI

Students today are not only expected to be productive in both academic and non-academic activities, but also to display such productivity on social media as part of their self-image. This phenomenon indicates that personal branding on Instagram is closely linked to the influence of hustle culture, which encourages individuals to remain active and appear consistently productive. This study aims to examine the practice of personal branding among students who are active in non-academic activities on Instagram within the context of hustle culture. This study employs a qualitative descriptive approach to understand students' personal branding practices within the context of hustle culture. Data were collected through in-depth interviews, observation of daily activities and Instagram accounts, and documentation involving three active students, then analyzed using the Miles and Huberman model and validated through data triangulation. The findings reveal that Instagram is utilized as a curated space for identity construction, where students consciously present themselves as productive through selective content, visual aesthetics, and specific narrative strategies. This practice reflects impression management through the distinction between front stage and back stage. Furthermore, hustle culture is internalized in the way students perceive productivity as a measure of self-worth. Personal branding thus functions not only as an individual strategy but also as a social practice that reproduces and reinforces hustle culture among students. Theoretically, this study contributes to the development of digital communication, personal branding, and identity representation studies on social media. Practically, it provides a more reflective understanding for students in interpreting personal branding practices and productivity culture in digital spaces.

Keywords: *personal branding, students, Instagram, hustle culture, identity construction*