

**From Kitchen to Screen:
Analyzing the Visual Creative Content of a Costumed Crackers Maker**

Bonifacia Bulan Aruming Tyas, S.Ds., M.A.
Fakultas Desain – Program Studi Desain Komunikasi Visual
Institut Sains dan Teknologi Terpadu Surabaya
bonnifacia@istts.ac.id

ABSTRACT

In the digital era, social media has become a dynamic area for people to communicate their own uniqueness. Social media also forces the line between one's self-expression and professional self-branding. This research includes a case study of @jeniinugraha, a cracker fryer who went "viral" because he wore a variety of unique costumes in his daily activities. The daily activities shown by @jeniinugraha in his Instagram video are limited to the activity of frying crackers. This research intends to explore how the visual appearance and consistency of the video concept contribute to a form of visual communication to enhance one's brand identity. Through qualitative analysis of video content on Instagram accounts, this research identifies themes, audience patterns to increase engagement, and also consistency between @jeniinugraha videos and the messages to be conveyed. The results of this research indicate that the use of unique and varied costumes not only increases visual appeal but is also able to increase the audience's relationship with the content created. This of course has an impact on strengthening brand recognition and community involvement. @jeniinnugraha's content strategy approach is not only about personal branding, but also offers a new perspective on effective visual communication strategies for content creators and brands. This research underlines the transformative potential, especially the use of creative costumes under the influence of modern social media. Apart from that, there is a need for further exploration in the creation of digital content which continues to develop.

ABSTRAK

Dalam era digital, sosial media menjadi area yang dinamis bagi seseorang untuk mengkomunikasikan keunikan dirinya sendiri. Sosial media juga mengaburkan garis batas antara ekspresi diri seseorang dengan branding diri yang bersifat profesional. Penelitian ini memuat studi kasus @jeniinugraha, seorang penggoreng kerupuk yang "viral" karena menggunakan beragam kostum unik dalam aktivitas kesehariannya. Aktivitas keseharian yang ditampilkan @jeniinugraha dalam video Instagramnya, memang hanya sebatas aktivitas menggoreng kerupuk. Penelitian ini hendak mengeksplorasi bagaimana tampilan visual serta konsistensi konsep video, berkontribusi pada bentuk komunikasi visual untuk meningkatkan brand identity seseorang. Melalui analisis kualitatif terhadap konten video pada akun Instagram, penelitian ini mengidentifikasi tema, pola penonton untuk peningkatan engagement, dan juga konsistensi antar video @jeniinugraha dengan pesan yang akan disampaikan. Hasil penelitian ini mengarahkan bahwa penggunaan kostum yang unik dan beragam, tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga mampu meningkatkan relasi penonton dengan konten yang dibuat. Hal tersebut tentu saja mengarah pada penguatan

pengenalan merek serta keterlibatan komunitas. Pendekatan strategi konten yang dilakukan @jeniinnugraha tidak hanya tentang personal brandingnya, tetapi juga menawarkan sudut pandang baru tentang strategi komunikasi visual yang efektif bagi pembuat konten dan merek. Penelitian ini menggaris bawahi adanya potensi yang bersifat transformative khususnya penggunaan kostum yang kreatif dalam pengaruh media sosial modern. Disamping itu, perlu adanya eksplorasi lebih lanjut dalam pembuatan konten digital yang terus berkembang.