

## ABSTRAK

**Nanda Nurmayanti:** *Personal Branding Satria Maulana Melalui Media Sosial Tiktok (Analisis Deskriptif Personal Branding Satria Maulana Sebagai Content Creator Dalam Memberikan Inspirasi Makeover Rumah Pada Akun Tiktok @Bangsatria\_98)*

*Personal branding* merupakan fenomena yang menarik saat ini terutama dalam akun *tiktok*. *Tiktok* menjadi salah satu media sosial yang paling digemari, karena banyak mengandung unsur hiburan, edukasi, dan juga informasi. Orang-orang yang terkenal melalui *tiktok* sering disebut *content creator*. Salah satu *content creator tiktok* adalah Satria Maulana

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi *personal branding* Satria Maulana yang mencakup 1) *competency* 2) *standard* 3) *style* yang dibangun melalui *tiktok*. Penelitian ini mengacu pada teori *personal branding* Mc Nally & Speak. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik analisis data kualitatif serta teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatori pasif, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* Satria Maulana melalui *tiktok* sesuai dengan teori McNally & Speak, yang terbentuk dari tiga dimensi yaitu: 1) *Competency*: Satria Maulana telah memenuhi dimensi *competency* karena selain wawasannya yang luas terkait *makeover* rumah, Satria Maulana juga selalu memberikan informasi-informasi yang mudah dicerna oleh pengikutnya. 2) *Standard*: Satria Maulana memiliki standar untuk mengunggah 1(satu) hari 1(satu) konten, serta Satria Maulana memiliki ketentuan untuk mengedepankan konten yang memiliki nilai positif. 3) *Style*: Bahasa Sunda menjadi senjata Satria Maulana dalam membangun *personal branding* melalui *tiktok*, serta gaya yang dimiliki Satria Maulana adalah tampil apa adanya dalam setiap konten.

**Kata kunci:** *Personal Branding, Tiktok, Content Creator, Satria Maulana*

## ABSTRACT

***Nanda Nurmayanti: Personal Branding Satria Maulana Through Tiktok Social Media (Descriptive Analysis of Personal Branding Satria Maulana as a Content Creator in Providing Home Makeover Inspiration on Tiktok Account @Bangsatria\_98)***

*Personal branding is an interesting phenomenon today, especially in TikTok accounts. TikTok is one of the most popular social media, because it contains many elements of entertainment, education, and information. People who are famous through TikTok are often called content creators. One of the TikTok content creators is Satria Maulana.*

*This study aims to determine the dimensions of Satria Maulana's personal branding which includes 1)Competency 2)Standard 3)The style built through tiktok. This research refers to the theory of personal branding from Mc Nally & Speak. The approach used in this research is a qualitative approach and constructivism paradigm. The method used is descriptive method with qualitative data analysis techniques and data collection techniques through passive participatory observation, interviews, and documentation.*

*The results showed that Satria Maulana's personal branding through tiktok is in accordance with McNally & Speak's theory, which is formed from three dimensions, namely: 1) Competency: Satria Maulana has fulfilled the competency dimension, because in addition to his broad insight related to home makeovers, Satria Maulana also always provides information that is easily digested by his followers. 2)Standard: Satria Maulana has a provision to upload 1 (one) day 1 (one) content, and Satria Maulana has a provision to prioritize content that has positive value. 3)Style: Sundanese language is Satria Maulana's weapon in building personal branding through tiktok, and Satria Maulana's style is to appear as it is in every content.*

***Keywords: Personal Branding, Tiktok, Content Creator, Satria Maulana***