

ABSTRAK

Aldi Husni Aripratama : *Personal Branding* Raihan Fahrizal Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Upaya Membangun Opini Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Tiktok @raihanfahrizal__)

Personal branding merupakan sebuah kegiatan yang dibangun oleh seorang individu dalam membentuk citra yang baik dimasyarakat melalui ciri khas serta keterampilan atau keahlian yang dimilikinya. Memasuki era digitalisasi membuat semakin mudah seseorang untuk membangun *personal branding* melalui media sosial. Raihan merupakan salah satu orang yang membangun *personal branding* melalui media sosial Tiktok dengan *username* @raihanfahrizal__ sebagai *content creator model and fashion*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Raihan membangun *personal branding* melalui media sosial Tiktok yang mengacu pada konsep *Circle-P* yang digagas oleh Silih Agung Wasesa, terdapat lima pembentukan *personal branding* yang meliputi *Competency, Connectivity, Creativity, Compliance* dan *Contribution*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dituangkan melalui metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam dan observasi partisipasi pasif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Raihan mampu untuk membangun *personal branding* sesuai dengan konsep *personal branding* yang digagas oleh Silih Agung Wasesa. *Competency* yang ditunjukkannya berdasarkan kemampuannya sebagai seorang model. *Connectivity* yang Raihan bangun sebagai media yang efektif untuk membangun *personal branding* dan melakukan interaksi yaitu media sosial Tiktok. *Creativity* yang dibangun yaitu menggunakan pakaian *anti mainstream*, membuat konten plan, dan melakukan editing sebelum konten ditayangkan. *Compliance* yang dibangun dalam menjaga reputasi yaitu memperhatikan langkah yang akan diambilnya, konsisten dalam hal yang telah dibangunnya, dan melakukan evaluasi dalam kontennya sehingga kualitasnya tetap terjaga. *Contribution* yang dibangun yaitu memberikan konten yang bermanfaat serta relevan sehingga menjawab pertanyaan publik seputar dunia model dan memberi motivasi kepada publik.

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu Raihan Fahrizal Iskandar menggunakan platform media sosial Tiktok dalam membangun *personal brandingnya* dan selaras dengan teori *Circle-P* sehingga menciptakan opini publik yang baik terhadap dirinya.

Kata Kunci : *Personal Branding, Media Sosial Tiktok, Content Creator*

ABSTRACT

Aldi Husni Aripratama : *Personal Branding of Raihan Fahrizal Through TikTok Social Media in Efforts to Build Public Opinion (A Descriptive Qualitative Study on the TikTok Account @raihanfahrizal __)*

Personal branding is an activity undertaken by an individual to shape a positive image within society through distinctive characteristics and skills or expertise they possess. The digital era has made it increasingly easier for individuals to build personal branding through social media. Raihan is one individual who has developed personal branding through the TikTok social media platform under the username @raihanfahrizal __, focusing on content creation in modeling and fashion.

This study aims to explore how Raihan builds personal branding through TikTok social media, referencing the Circle-P concept proposed by Silih Agung Wasesa, which includes five elements of personal branding: Competency, Connectivity, Creativity, Compliance, and Contribution. The study employs a constructivist paradigm using a qualitative approach articulated through descriptive qualitative methods. Data collection techniques include in-depth interviews and passive participant observation.

The results of this study demonstrate that Raihan has successfully built personal branding in accordance with the concept proposed by Silih Agung Wasesa. Competency is demonstrated through Raihan's skills as a model. Connectivity is established through effective use of TikTok as a platform for building personal branding and interacting with audiences. Creativity is evident in Raihan's use of non-mainstream clothing, content planning, and pre-content editing. Compliance is maintained through attention to the steps taken, consistency in maintaining what has been built, and continuous evaluation of content to ensure quality. Contribution is demonstrated by providing useful and relevant content that addresses public inquiries about the modeling world and motivates the audience.

This research underscores the effective utilization of TikTok as a medium for personal branding, highlighting Raihan's strategic approach in cultivating a distinctive online presence through creativity, connectivity, and meaningful contributions.

Keywords : *Personal Branding, Social Media Tiktok, Content Creator*