

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan era digital, media sosial telah berubah menjadi kebutuhan primer dalam berinteraksi, sekaligus mengubah lanskap komunikasi dan sosialisasi masyarakat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi dan pertukaran informasi, tetapi juga sebagai platform untuk mengekspresikan kreativitas, menjalankan kegiatan bisnis, serta membangun citra merek yang kuat atau bisa disebut branding. Branding itu bukan hanya buat bisnis, tapi juga buat kita sebagai individu. Biar lebih dikenal dan punya nilai tambah (Amalia & Satvikadewi, 2020).

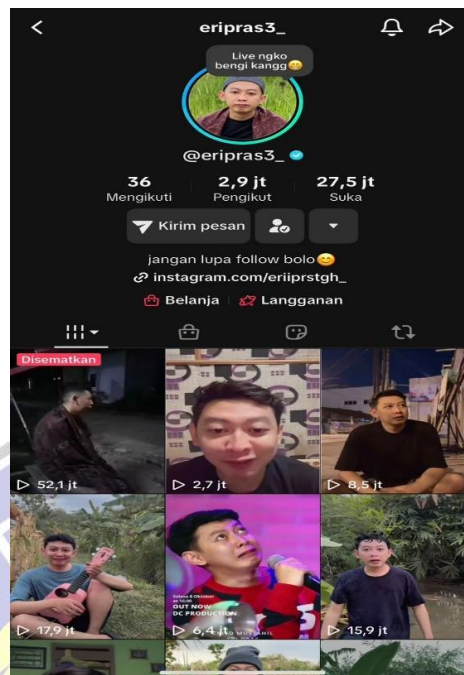
Media sosial telah membuka peluang bagi generasi Z untuk mengembangkan personal branding dengan cara yang lebih kreatif. Personal branding bukanlah eksklusivitas bagi kalangan selebriti. Setiap orang dapat menciptakan dan mengelola citra dirinya sendiri. Personal branding adalah hasil dari tindakan berulang yang seiring waktu menjadi bagian tidak terpisahkan dari diri seseorang. Personal branding tidak hanya tentang terlihat, tetapi juga tentang terhubung. Dengan membangun citra pribadi yang kuat, kita dapat menjalin hubungan yang lebih berarti dan membuka peluang baru dalam karier (Malahayati, 2024).

TikTok merupakan platform unggulan dalam penyediaan konten video hiburan digital.. Menurut Rahmawati (2018), TikTok menjadi platform yang

memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi kreativitas mereka secara maksimal.

Platform TikTok tidak hanya menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), tetapi juga dapat membentuk citra pribadi (personal branding) pemilik akun (Yumna et al., 2021). Tahun 2018, TikTok meraih penghargaan sebagai aplikasi terbaik dan terhibur di Google Play Store Indonesia (Rosyadi, 2018). TikTok berada di posisi keempat dengan persentase 43%. Platform TikTok menyediakan sarana bagi individu untuk melakukan personal branding, yaitu suatu proses membangun dan mengelola citra diri secara online (Mellisa, 2020). Tingginya utilitas aplikasi TikTok di Indonesia telah memotivasi masyarakat untuk secara aktif menciptakan akun dengan beragam tujuan (Malahayati, 2024). Platform media sosial menampung berbagai macam akun, ada yang khusus untuk hiburan, berbagi kisah pribadi, berjualan online, dan lain sebagainya.

Gambar 1.1 Tiktok @eripras3_



(Sumber: tiktok)

Salah satu pengguna yang telah berhasil membangun personal branding melalui TikTok adalah Eripras. Eripras ini merupakan salah satu konten creator yang tengah naik daun di platform tiktok. Dikenal dengan gaya unik dan konten yang kreatif, eripras berhasil menarik perhatian banyak pengikut berkat kemampuan untuk menggabungkan humor dan edukasi dalam setiap video yang diunggah. Dengan pendekatan ini, ia tidak sekadar menghibur, melainkan juga memperkaya wawasan audiensnya. Eripras berhasil mempersonal brandingkan dirinya dengan cara menggabungkan autentisitas, kreativitas, dan engagement yang tinggi dengan audiens. Eripras tidak hanya sekedar mengikuti arus, tetapi juga mampu menciptakan konten yang mampu bersaing di Tengah banyaknya creator lainnya.

Aspek yang paling menarik untuk diteliti adalah strategi Eripras dalam memanfaatkan platform TikTok untuk membentuk personal branding yang begitu kuat sehingga mampu menarik perhatian audiens yang luas. penelitian ini akan menggambarkan personal branding yang dibangun oleh tiktokers Eripras. Penelitian ini merupakan langkah awal dalam penyusunan proposal yang berjudul. “ Analisis Personal Branding Eripras di Media Sosial tiktok”

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan penelitian ini adalah ”Bagaimana personal branding yang dibangun oleh akun @eripras3_ melalui media sosial tiktok?”

1.3 Tujuan Penelitian

Studi ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana personal branding yang dibangun oleh akun eripras melalui media sosial tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. menambah pemahaman mengenai konsep personal branding dalam konteks media sosial, khususnya tiktok, dan bagaimana hal tersebut dapat diterapkan dalam Pembangunan citra diri seorang individu.
2. memberikan kontribusi pada pengembangan teori personal branding, serta penerapannya dalam media sosial tiktok.
3. memberikan perspektif tentang pentingnya personal branding dalam membangun kredibilitas dan interaksi yang lebih baik dengan audiens di media sosial.