

CITRA DIRI PROFESI ARSITEK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK (*Studi Kasus terhadap Personal Branding Ariq Naufal pada Akun @riqmann*)

PEGARY PARAS PUTRI

ABSTRAK

Ariq Naufal adalah seorang arsitek yang juga berkerja sebagai konten kreator di TikTok. Melalui konten-kontennya, Ariq Naufal memberikan informasi dan juga edukasi seputar arsitektur yang sifatnya dekat dengan kehidupan masyarakat awam. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk menjelaskan lebih lanjut tentang citra diri dari seorang arsitek di media sosial melalui pembentukan personal *branding* yang dia lakukan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif yang berusaha untuk mengeksplorasi dan menjelaskan makna yang berasal dari sebuah masalah sosial, dan menggunakan pendekatan studi kasus yang didalamnya berusaha mengembangkan dan mengevaluasi analisis dari sebuah permasalahan yang mendalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan empat tahap analisis data milik Miles & Huberman yang isinya adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Untuk menganalisis tentang personal *branding* yang dibangun oleh Ariq di media sosial TikTok, peneliti menggunakan delapan konsep personal *branding* milik Peter Montonya dan pendekatan dramaturgi. Penelitian mendapatkan bahwa Ariq sudah menerapkan kedepalan konsep personal *branding* di akun TikTiknya. Selain itu Ariq juga sudah membangun citra diri yang positif, sebagai seorang arsitek yang membagikan informasi seputar arsitektur di TikTok.

Kata kunci: citra diri, personal *branding*, TikTok, dramaturgi.

***SELF-IMAGE OF THE ARCHITECT PROFESSION ON TIKTOK SOCIAL
MEDIA (Case Study of Ariq Naufal's Personal Branding on @riqmann
Account)***

PEGARY PARAS PUTRI

ABSTRACT

Ariq Naufal is an architect who also works as a content creator on TikTok. Through his content, Ariq Naufal provides information and education about architecture that is close to the lives of ordinary people. Therefore, this study seeks to explain more about the self-image of an architect on social media through the formation of personal branding that he does.

The research method used in this study is a cultivative method that seeks to explore and explain the meaning that comes from a social problem, and uses a case study approach in which it seeks to develop and evaluate an in-depth analysis of a problem. Data collection techniques used in this study were observation and interviews. The researcher used four stages of data analysis belonging to Miles & Huberman whose contents were data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification.

To analyze the personal branding built by Ariq on TikTok social media, the researcher uses Peter Montonya's eight personal branding concepts and a dramaturgical approach. The study found that Ariq had implemented the eight personal branding concepts on his TikTok account. Besides that, Ariq has also built a positive self-image, as an architect who shares information about architecture on TikTok.

Keywords: *self-image, personal branding, TikTok, dramaturgical.*