

***Personal Branding* Urrofi di Media Sosial Tik Tok
@urrofi__Sebagai Videografer**

Fatimah Khoirunnisa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi *personal branding* Urrofi sebagai videografer di media sosial Tik Tok. Pada kontennya, Urrofi memberikan informasi edukasi videografi topik permasalahan secara solutif di masyarakat awam. Dengan menggunakan teori pada model komunikasi S-M-C-R David K. Berlo dan kedelapan konsep *personal branding* dari ahli Peter Montoya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan empat tahapan analisis menurut Miles & Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Urrofi memenuhi kualifikasi sebagai komunikator yang memiliki kredibilitas dengan membentuk isi pesan menggunakan elemen secara verbal dan non verbal yang terstruktur secara solutif terhadap topik pesan, serta penggunaan saluran media yang tepat yaitu media sosial Tik Tok dengan sasaran komunikasinya adalah *audiens* kreatif yang ingin fokus meningkatkan nilai *personal branding* di bidang fotografi & videografi. Pada setiap konten yang telah dibuat di akun media social Tik Tok, Urrofi telah memenuhi kedelapan konsep *personal branding* Peter Montoya yakni Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Kekhasan, Visibilitas atau Terlihat, Kesatuan, Kegigihan, dan Niat Baik. Selain itu, Urrofi telah membentuk pandangan orang lain sebagai videografer karena telah konsisten membagikan informasi edukasi videografi di Tik Tok.

Kata kunci: *Personal branding*. Tik Tok, Videografer, SMCR.

***Urrofi Personal Branding on Social Media Tik Tok
@urrofi__As a Videographer***

Fatimah Khoirunnisa

ABSTRACT

This study aims to discuss Urrofi's personal branding strategy as a videographer on Tik Tok social media. In its content, Urrofi provides educational information on videography of problem topics in a solution-oriented manner in the general public. By using the theory of David K. Berlo's S-M-C-R communication model and the eight personal branding concepts from expert Peter Montoya. The research method used is descriptive qualitative using primary and secondary data sources. The sampling technique was carried out by observation and interviews. The researcher used four stages of analysis according to Miles & Huberman, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification.

The final results of this study indicate that Urrofi's communication strategy meets the qualifications as a credible communicator by forming message content using verbal and non-verbal elements that are structured in a solution-oriented manner to the message topic, as well as using the right media channel, namely Tik Tok social media with the target of communication being a creative audience who wants to focus on increasing personal branding value in the field of photography & videography. In every content that has been created on the Tik Tok social media account, Urrofi has fulfilled Peter Montoya's eight personal branding concepts, namely Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Visibility or Being Seen, Unity, Persistence, and Goodwill. In addition, Urrofi has shaped the views of others as a videographer because she has consistently shared educational videography information on Tik Tok.

Keywords: Personal branding, Tik Tok, Videographer, SMCR.