



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 8798-8811

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Konsep Diri Influencer Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Buton dalam Membangun Personal Branding di TikTok

Abdul Mubbdion^{1✉}, M.Rizal Ardiansah Putra², Hastuti³

Universitas Muhammadiyah Buton

Email: tdgaldy@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konsep diri dalam membangun personal branding influencer mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Buton di TikTok. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa konsep diri berperan penting dalam memperkuat personal branding. Tiga Informan, yaitu Ld. Muh. Zaitullah, Muh. Vasly Ibrahim C., dan Rio Irawan, masing-masing menggunakan TikTok untuk membangun citra diri di bidang wisata, fashion, dan tinju. Meskipun terdapat tantangan dalam menonjolkan kepribadian dan meningkatkan interaksi dengan followers, mereka berhasil membangun identitas yang autentik dan relevan di platform Tiktok.

Kata Kunci: *Konsep Diri, Personal Branding, Tiktok, Mahasiswa Ilmu Komunikasi*

Abstract

This research aims to analyze the role of self-concept in building personal branding for influencers of Communication Science students at Muhammadiyah University of Buton on TikTok. Using descriptive qualitative methods, this research finds that self-concept plays an important role in strengthening personal branding. Three informants, namely Ld. Muh. Zaitullah, Muh. Vasly Ibrahim C., and Rio Irawan, respectively use TikTok to build their self-image in the fields of travel, fashion, and boxing. Even though there were challenges in highlighting their personality and increasing interaction with their followers, they succeeded in building an authentic and relevant identity on the TikTok platform.

Keywords: *Self-Concept, Personal Branding, Tiktok, Communication Science Students*

PENDAHULUAN

Setiap individu membentuk karakteristiknya sejak dini, dipengaruhi oleh lingkungan, keluarga, pendidikan, dan pergaulan sosial, yang kemudian membentuk reputasinya. Personal branding penting untuk membangun kredibilitas, meningkatkan kepercayaan diri, dan memperluas koneksi. Proses ini tidak instan, tetapi dimulai sejak awal kehidupan. Langkah-langkah untuk membangun personal branding meliputi mengenal diri sendiri (keterampilan, passion, minat), menetapkan tujuan yang jelas, menjaga konsistensi, membuat konten sesuai bidang, dan memperluas koneksi. Personal branding didasarkan pada nilai-nilai hidup individu dan relevan dengan identitas sejati mereka (Rosana, 2017).

Menurut Timothy P. O'Brien, personal branding adalah identitas pribadi yang menciptakan respons emosional terhadap kualitas dan nilai seseorang. Setiap individu memiliki keunikan seperti nama, wajah, sifat, dan bakat, yang memudahkan orang lain mengingatnya. Penting bagi seseorang untuk membangun citra dan identitas diri untuk mempengaruhi pandangan positif tentang karakter, keterampilan, dan penawaran mereka. Pencitraan visual terbentuk dari penampilan dan interaksi seseorang, dan merupakan bagian dari personal branding yang mencerminkan kualitas, kemampuan, dan profesionalisme. Di media sosial, individu menampilkan aktivitas dan ketertarikan mereka, menghasilkan karya kreatif di ruang publik (Herryloveita Lady, 2023).

Kini pertumbuhan konten video dengan mudah dapat diunggah ke internet, hal ini didukung dengan adanya kemajuan internet. Salah satunya terdapat pada aplikasi TikTok yang berasal dari perusahaan teknologi ByteDance, menghadirkan aplikasi edit video bernama TikTok.

TikTok adalah media sosial yang sangat populer dan viral, digunakan oleh berbagai kalangan, dari masyarakat umum hingga selebritas dan pejabat. Aplikasi ini menawarkan pengalaman ekspresi diri yang unik dibandingkan dengan media sosial lainnya. Selain sebagai sarana hiburan, TikTok juga mendorong kreativitas dan imajinasi penggunanya. Sebagai platform berbasis video, TikTok memungkinkan durasi video bervariasi antara 15 detik hingga 3 menit, dan menawarkan berbagai fitur seperti musik dan filter wajah.

TikTok di Indonesia menyediakan platform bagi content creator untuk menampilkan berbagai konten kreatif. Banyak pengguna memanfaatkan fitur TikTok untuk mempromosikan usaha dan membangun personal branding. Bagi content creator dan selebgram, personal branding adalah kunci untuk meningkatkan dan mempertahankan popularitas, karena membantu mereka dikenal lebih luas di media sosial. Personal branding menjadi efektif jika ada perbedaan dari apa yang ditunjukkan orang lain, seperti yang

dinyatakan oleh comedian Pandji Pragiwaksono, "sedikit lebih beda lebih baik" (Putri & Azeharie, 2021).

Dalam membangun personal branding di TikTok, mahasiswa perlu memahami konsep diri mereka, termasuk kelebihan, kekurangan, dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan. Konsep diri yang positif membantu mereka berkomunikasi secara efektif dan konsisten. Selain itu, konsep diri berhubungan dengan harga diri dan kepercayaan diri, di mana individu dengan konsep diri positif cenderung memiliki harga diri dan kepercayaan diri yang tinggi, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri dan membangun personal branding yang autentik.

Konsep diri terdiri dari dua komponen: konsep diri aktual (pandangan saat ini) dan konsep diri ideal (keinginan). Memahami konsep diri yang positif membantu mahasiswa mengomunikasikan identitas mereka secara efektif di TikTok, memperkuat harga diri dan kepercayaan diri mereka.

Memahami konsep diri adalah dasar penting bagi mahasiswa dalam membangun personal branding di TikTok. Dengan pemahaman mendalam tentang diri mereka, mahasiswa dapat mengomunikasikan identitas unik dan konsisten serta menciptakan citra positif di mata audiens. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana konsep diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Buton Muh. Vasly Ibrahim C., Ld. Muh. Zaitullah, dan Rio Irawan terwujud dalam upaya mereka membangun personal branding di TikTok. Konsep diri, mencakup persepsi dan evaluasi diri sendiri, sangat berperan dalam proses ini.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana konsep diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Buton yaitu Muh. Vasly Ibrahim C., Ld. Muh. Zaitullah, dan Rio Irawan dalam personal branding mereka di TikTok.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konsep Diri Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Buton Dalam Membangun *Personal Branding* Di Tiktok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami konsep diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Buton dalam membangun personal branding di media sosial TikTok. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci bagaimana konsep diri terwujud dalam upaya personal branding mereka.

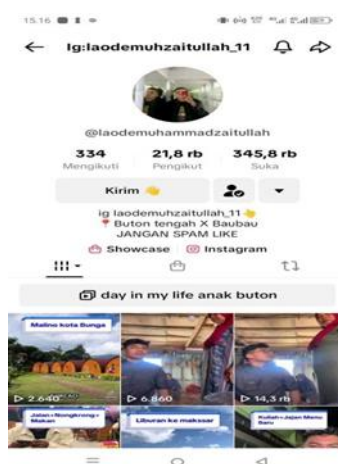
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menganalisis konsep diri influencer mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Buton dalam membangun personal branding di TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana mahasiswa mengembangkan dan menampilkan citra diri mereka di media sosial sebagai bagian dari strategi personal branding. Analisis berfokus pada tiga akun TikTok: @shxxlins.id, @blessedfighter7, dan @laodemuhammadzaitullah. Melalui evaluasi konten, interaksi dengan audiens, dan konsistensi citra, bab ini menguraikan bagaimana konsep diri mahasiswa memengaruhi upaya mereka dalam membangun dan memperkuat personal branding serta persepsi audiens.

Konsep Diri Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Buton Dalam Membangun *Personal Branding* Di Tiktok

Konsep diri adalah bagaimana individu memahami diri mereka sendiri. Bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Buton, konsep ini penting dalam membangun personal branding di TikTok. Mereka mengekspresikan identitas dan nilai-nilai melalui konten yang autentik, membutuhkan pemahaman mendalam tentang kekuatan, kelemahan, dan keunikan mereka.

Muh. Zaitullah, mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Buton, memiliki akun TikTok @laodemuhammadzaitullah. Ia berbagi konten kreatif tentang kehidupan sehari-harinya, termasuk hobi dan interaksi sosial sebagai mahasiswa. Konten Zaitullah sering disertai humor dan pesan inspiratif, yang membangun hubungan kuat dengan pengikutnya. Hingga 20 Juni 2024, akun ini memiliki 21,8 ribu pengikut dan 345,8 ribu likes.



Gambar 1. Profil Akun Tiktok @laodemuhammadzaitullah

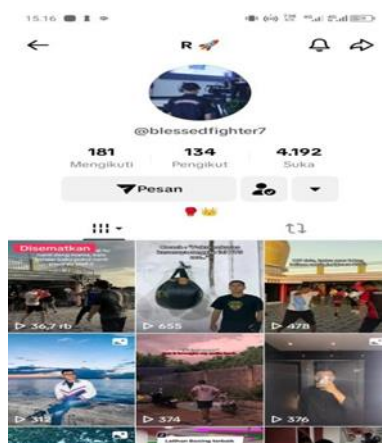
Akun TikTok @shxxlins.id milik Muh. Vasly Ibrahim C. fokus pada konten fashion pria, menampilkan berbagai produk seperti baju, jaket, sepatu, dan aksesoris. Dengan 105,3 ribu

pengikut dan lebih dari 4,4 juta likes, akun ini menarik perhatian pecinta fashion pria. Kontennya berisi kombinasi pakaian yang stylish, tips berbusana, serta promosi produk fashion. Pendekatan kreatifnya dalam menyajikan video menjadikan @shxxlins.id sumber inspirasi berbusana yang populer di kalangan pria yang ingin tampil gaya dan mengikuti tren terbaru.



Gambar 2. Profil Akun TikTok @shxxlins.id

Rio Irawan, dengan nama akun tiktok @blessedfighter7, adalah seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Buton sekaligus atlet tinju. Pada usia 22 tahun, Rio aktif membangun personal branding melalui konten tentang teknik tinju, latihan, dan gaya hidup atletik. Hingga 20 Juni 2024, akun TikTok-nya memiliki 178 pengikut dan 4.151 likes, menunjukkan dedikasinya dalam berbagi pengetahuan dan pengalaman kepada pengikutnya.



Gambar 3. Profil Akun TikTok @blessedfighter7

Peneliti mengamati ketiga akun TikTok @laodemuhammadzaitullah, @shxxlins.id, dan @blessedfighter7 dalam membangun konsep diri dan personal branding mereka dengan menerapkan teori The Eight Laws of Personal Branding.

Konsep Diri Ld. Muh. Zaitullah Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Dalam wawancara, Ld. Muh. Zaitullah, Muh. Vasly Ibrahim C., dan Rio Irawan menjelaskan bagaimana mereka membentuk dan menampilkan konsep diri yang unik di TikTok. Ld. Muh. Zaitullah menekankan keaslian dalam kontennya, menggambarkan dirinya sebagai seorang petualang yang gemar mencari pengalaman baru, seperti menjelajahi tempat wisata dan mencoba kuliner yang jarang dikenal. Melalui konten yang konsisten, ia berupaya agar audiens merasakan petualangan yang autentik dan penuh gairah.

Evaluatif

"Tiap kali saya buat konten, saya usahakan agar tetap mencerminkan diri saya dan apa yang saya yakini. Saya ingin konten saya konsisten dengan citra sebagai seseorang yang suka eksplor tempat baru. Makanya, saya sering liat respons dari penonton dan performa video biar kontennya tetap relevan dan terasa asli buat mereka."
(Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Ld. Muh. Zaitullah memastikan setiap konten yang ia buat mencerminkan dirinya dan nilai-nilai seperti kecintaannya pada petualangan. Ia menjaga konsistensi citra ini dengan rutin mengevaluasi tanggapan penonton dan performa video, memastikan kontennya tetap relevan, autentik, dan mendukung konsep dirinya di TikTok sebagai seorang penjelajah.

Komunikatif

"Saya selalu berusaha menyampaikan pesan yang jelas lewat konten saya, seperti saat bikin vlog perjalanan di Buton untuk menunjukkan betapa saya menghargai budaya lokal. Judul kayak 'day in my life anak Buton' membantu audiens lebih nyambung sama konten saya. Meskipun saya merasa belum maksimal dalam merespons komentar dan saran dari followers, saya berkomitmen untuk lebih komunikatif dan responsif ke depannya." (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Ld. Muh. Zaitullah berusaha menyampaikan pesan yang jelas dalam kontennya, seperti vlog perjalanan yang menonjolkan budaya lokal di Buton. Judul seperti "day in my life anak Buton" dibuat agar audiens lebih mudah terhubung. Meski belum maksimal dalam memperhatikan komentar dan saran followers, ia berkomitmen untuk meningkatkan keterlibatan dan responsivitas, sejalan dengan konsep dirinya sebagai sosok yang dekat dan autentik dalam menyajikan pengalaman sehari-hari.

Percaya diri

"Buat saya, rasa percaya diri itu penting sekali, apalagi saat ngomong di depan kamera atau saat lagi eksplor tempat baru. Dengan percaya diri, saya bisa pastikan apa yang saya sampaikan punya nilai dan bisa ngasih inspirasi buat orang lain. Ini juga bantu saya tetap konsisten bikin konten, meskipun ada kritik atau tantangan." (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Ld. Muh. Zaitullah menekankan bahwa rasa percaya diri sangat penting dalam pembuatan konten, terutama saat berbicara di depan kamera atau menjelajahi tempat baru. Kepercayaan diri membantunya menyampaikan pesan yang bernilai, menginspirasi audiens, dan menjaga konsistensi meskipun ada kritik. Hal ini juga memungkinkan dia menunjukkan semangat dan antusiasme dalam berbagi pengalaman.

Konsep Diri Muh. Vasly Ibrahim C Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Muh. Vasly Ibrahim C. menekankan konsep diri yang berfokus pada fashion pria, selalu menampilkan gaya berpakaian yang modern dan trendi untuk menjadi inspirasi di bidang fashion. Sebelum setiap postingan, ia mengevaluasi konten untuk memastikan kesesuaiannya dengan citra fashion-forward yang ia bangun. Konsistensi ini penting untuk memperkuat personal branding yang ia inginkan.

Evaluatif

"Saya selalu kritis menilai konten sebelum diposting, pastikan kontennya sesuai dengan citra yang ingin saya bangun. Saya juga mengevaluasi performa video dari likes, komentar, dan engagement untuk memastikan pesan saya relevan dengan audiens dan tetap di jalur yang benar." (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Muh. Vasly Ibrahim C. menjelaskan bahwa sebelum memposting, ia selalu menilai kontennya secara kritis untuk memastikan kesesuaiannya dengan citra yang ingin dibangun. Ia juga rutin mengevaluasi performa video melalui likes, komentar, dan tingkat engagement.

Komunikatif

"Saya selalu berusaha menampilkan kepribadian dan gaya saya lewat konten, seperti di video 'Spill Outfit,' di mana saya tunjukkan pakaian sambil ngekspos gaya unik saya. Saya juga berusaha aktif berinteraksi dengan followers, menjawab pertanyaan, dan ngasih tips. Meskipun kadang kesibukan bikin saya tdk selalu bisa cek komentar, saya

ingin sekali membangun citra diri sebagai orang yang komunikatif dan responsif."(Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Muh. Vasly Ibrahim C. selalu berupaya menampilkan kepribadian dan gaya uniknya melalui konten, seperti dalam video 'Spill Outfit.' Meskipun kesibukan terkadang menyulitkannya untuk merespons semua komentar, ia tetap aktif berinteraksi dengan followers.

Percaya diri

"Rasa percaya diri itu penting di platform visual seperti TikTok, walaupun jujur saya masih agak malu tampil langsung di depan kamera. Kebanyakan konten saya sekarang lebih fokus ke foto produk atau tips dengan gambar yang saya buat sebaik mungkin.."(Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Muh. Vasly Ibrahim C. menyadari pentingnya rasa percaya diri di TikTok, meskipun ia masih merasa malu tampil di depan kamera. Saat ini, sebagian besar kontennya menampilkan foto produk atau tips yang ia buat sendiri. Namun, ia memahami bahwa untuk lebih dekat dengan audiens dan mengembangkan kontennya, ia perlu meningkatkan kepercayaan diri untuk tampil langsung di depan kamera.

Konsep Diri Rio Irawan Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Rio Irawan menggambarkan dirinya sebagai penggemar tinju yang berdedikasi. Melalui TikTok, ia menampilkan semangat dan komitmen terhadap olahraga ini, mencerminkan karakter seorang petarung yang disiplin dan gigih. Rio ingin audiens melihatnya sebagai sosok yang berkomitmen pada gaya hidup sehat dan penuh determinasi.

Evaluatif

"Saya selalu memastikan konten saya benar-benar mencerminkan dedikasi saya pada tinju. Saya sering melihat apakah semangat dan dedikasi saya terlihat jelas di setiap video. Selain itu, saya juga memantau statistik seperti views dan likes untuk lebih mengetahui preferensi audiens dan cari cara buat meningkatkan konten." (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Rio Irawan memastikan kontennya mencerminkan dedikasinya pada tinju, dengan mengevaluasi semangat dan kualitas setiap video. Ia juga memantau statistik seperti views dan likes untuk memahami preferensi audiens dan memperbaiki konten. Upaya ini penting bagi Rio untuk membangun konsep diri yang konsisten di TikTok sebagai atlet tinju yang serius.

Komunikatif

"Saya mengomunikasikan semangat dan dedikasi saya dalam tinju melalui konten, seperti video latihan yang menjelaskan teknik dan pentingnya teknik tersebut. Meskipun pengikut dan komentar saya masih terbatas, saya tetap aktif berinteraksi dengan followers yang meminta tips atau bertanya tentang latihan." (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Rio Irawan menampilkan dedikasi tinju melalui video latihan dan penjelasan teknik. Walaupun pengikut dan komentar masih sedikit, ia tetap aktif berinteraksi dengan followers yang meminta tips. Dengan cara ini, Rio membangun konsep diri sebagai atlet tinju yang serius dan berdedikasi.

Percaya diri

"Percaya diri sangat penting dalam tinju. Saya harus yakin dengan kemampuan saya dan tampil di depan kamera. Rasa percaya diri membantu saya tetap konsisten meski ada tantangan atau kritik, serta menunjukkan komitmen saya pada olahraga dan mendorong diri lebih jauh dalam latihan dan kompetisi." (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2024)

Rio Irawan percaya bahwa rasa percaya diri sangat penting dalam tinju dan dalam kontennya. Keyakinan ini membantunya tampil konsisten di depan kamera meski ada tantangan atau kritik. Dengan percaya diri, Rio memperkuat konsep diri sebagai atlet tinju yang berdedikasi, terus mendorong performa dan meningkatkan keterlibatan audiens di platformnya.

Pembahasan

Konsep Diri Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Buton Dalam Membangun Personal Branding Di Tiktok

1. Konsep Diri Ld. Muh. Zaitullah Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Ld. Muh. Zaitullah mengembangkan konsep diri di TikTok dengan menekankan keaslian dan eksplorasi dalam setiap konten yang ia sajikan. Dalam wawancara, ia menegaskan bahwa setiap konten yang ia buat harus mencerminkan nilai-nilai pribadi dan citranya sebagai seorang petualang. Ia secara rutin mengevaluasi tanggapan penonton dan performa video untuk memastikan bahwa kontennya tetap relevan dan autentik. Evaluasi ini penting untuk menjaga konsistensi citra sebagai sosok yang gemar menjelajah tempat baru dan menghadapi pengalaman baru, yang merupakan inti dari konsep diri yang dibangunnya di platform ini.

Selain itu, Ld. Muh. Zaitullah berusaha untuk berkomunikasi secara jelas melalui kontennya, seperti vlog perjalanan yang menonjolkan budaya lokal di Buton. Meskipun ia merasa belum sepenuhnya maksimal dalam memperhatikan komentar dan saran dari followers, ia berkomitmen untuk meningkatkan keterlibatan dan responsivitas di masa depan. Judul seperti 'day in my life anak Buton' dirancang untuk mempermudah audiens dalam terhubung dengan konten, yang mencerminkan upayanya untuk membangun konsep diri sebagai sosok yang dekat dengan audiens dan autentik dalam menyajikan pengalaman sehari-hari.

Rasa percaya diri juga merupakan elemen penting dalam pembuatan konten Ld. Muh. Zaitullah. Kepercayaan diri memungkinkan ia untuk tampil di depan kamera dan berbagi pengalaman dengan keyakinan, yang pada gilirannya membantu menjaga konsistensi konten meskipun menghadapi kritik atau tantangan. Dengan percaya diri, ia mampu menunjukkan semangat dan antusiasme yang tulus, yang mendukung citra dirinya sebagai seorang petualang yang bersemangat dan inspiratif.

Secara keseluruhan, Ld. Muh. Zaitullah berhasil membangun konsep diri yang kuat dan konsisten di TikTok melalui keaslian, komunikasi yang jelas, dan rasa percaya diri. Hal ini tercermin dalam upayanya untuk selalu menyampaikan pesan yang autentik dan relevan dengan audiensnya, serta dalam komitmennya untuk terus memperbaiki interaksi dengan followers.

2. Konsep Diri Muh. Vasly Ibrahim C Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Muh. Vasly Ibrahim C. membangun konsep diri yang berfokus pada fashion pria melalui konten-kontennya di TikTok. Dalam wawancara, ia menekankan pentingnya evaluasi kritis terhadap setiap postingan untuk memastikan kesesuaiannya dengan citra fashion-forward yang ingin ia capai. Dengan menilai performa video berdasarkan likes, komentar, dan tingkat engagement, Vasly dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap relevan dan sesuai dengan audiens yang ditargetkan. Evaluasi ini menjadi kunci dalam memperkuat personal brandingnya dan memastikan bahwa setiap konten mendukung citra dirinya sebagai sumber inspirasi dalam bidang fashion.

Dalam hal komunikasi, Muh. Vasly Ibrahim C. berusaha menampilkan kepribadian dan gaya uniknya melalui konten seperti video 'Spill Outfit'. Meskipun terkadang kesibukannya menghambat kemampuannya untuk merespons semua komentar, ia tetap aktif berinteraksi dengan followers. Komunikasi yang efektif dan interaksi langsung dengan audiens sangat penting dalam membangun citra diri sebagai sosok yang komunikatif dan responsif. Hal ini

sejalan dengan upayanya untuk memperkuat personal branding di TikTok dengan menunjukkan kedekatan dan keterlibatannya dengan audiens.

Rasa percaya diri juga menjadi faktor penting dalam pembentukan konsep diri Muh. Vasly Ibrahim C. di TikTok. Meskipun ia merasa malu tampil di depan kamera, ia menyadari bahwa meningkatkan kepercayaan diri untuk tampil langsung di depan kamera adalah langkah penting untuk lebih dekat dengan audiens dan mengembangkan kontennya lebih jauh. Dengan meningkatkan rasa percaya diri, ia berharap dapat menunjukkan citra fashion yang lebih otentik dan menarik bagi followersnya.

Secara keseluruhan, Muh. Vasly Ibrahim C. berhasil membangun konsep diri yang kuat di TikTok dengan menekankan pada evaluasi konten, komunikasi yang aktif, dan pengembangan rasa percaya diri. Pendekatan ini membantu memperkuat personal brandingnya sebagai seorang fashion influencer yang inspiratif dan komunikatif.

3. Konsep Diri Rio Irawan Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Rio Irawan menampilkan konsep diri yang berfokus pada dedikasi dan semangatnya dalam olahraga tinju melalui konten TikTok-nya. Dalam upayanya untuk mencerminkan komitmennya terhadap tinju, Rio secara konsisten mengevaluasi kualitas dan semangat setiap video yang diunggah. Dengan memantau statistik seperti views dan likes, Rio dapat menilai apakah kontennya efektif dalam menyampaikan pesan dan memahami preferensi audiens. Evaluasi ini penting untuk membangun personal branding yang solid sebagai seorang atlet tinju yang serius dan berdedikasi.

Komunikasi juga merupakan aspek krusial dalam konsep diri Rio Irawan. Melalui video latihan dan penjelasan teknik, Rio mengungkapkan dedikasinya pada olahraga tinju. Meskipun jumlah pengikut dan komentar masih terbatas, ia tetap aktif berinteraksi dengan followers yang meminta tips atau bertanya tentang latihan. Interaksi ini berfungsi untuk memperkuat citra dirinya sebagai atlet yang berdedikasi, serta menginspirasi audiens dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya.

Rasa percaya diri memainkan peran penting dalam cara Rio Irawan membangun konsep diri di TikTok. Keyakinan dirinya untuk tampil di depan kamera dan menghadapi kritik membantu Rio tetap konsisten dalam pembuatan konten, serta memperlihatkan komitmennya terhadap olahraga tinju. Percaya diri ini tidak hanya memotivasi dirinya untuk terus mendorong performa dan keterlibatan di platform, tetapi juga memperkuat citra dirinya sebagai atlet yang serius dan bersemangat. Dengan demikian, Rio Irawan berhasil membentuk dan menampilkan konsep diri yang kuat di TikTok sebagai sosok yang berkomitmen dan inspiratif dalam dunia tinju.

SIMPULAN

Penelitian ini telah menganalisis bagaimana konsep diri mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Buton berperan dalam membangun dan memperkuat personal branding mereka di platform TikTok. Berdasarkan studi terhadap tiga akun TikTok (@laodemuhammadzaitullah, @shxxlins.id, dan @blessedfighter7), ditemukan bahwa keaslian, konsistensi, dan komunikasi yang efektif adalah elemen kunci dalam strategi personal branding yang sukses.

Ketiga akun TikTok yang diteliti, seperti @laodemuhammadzaitullah, @shxxlins.id, dan @blessedfighter7, menekankan pentingnya autentisitas dalam setiap konten yang mereka bagikan. Masing-masing akun mencerminkan konsep diri yang kuat dan jelas, baik itu melalui gaya hidup sebagai petualang, ekspresi diri yang kreatif, atau perjuangan personal yang sangat berpengaruh terhadap cara mereka menampilkan diri di media sosial serta bagaimana mereka terhubung dengan audiensnya.

Selain itu, analisis terhadap penerapan konsep personal branding menurut teori Peter Montoya menunjukkan bahwa meskipun ketiga akun telah menunjukkan potensi yang signifikan, mereka masih berada dalam tahap pengembangan. Setiap influencer memiliki keunggulan dalam aspek tertentu dari konsep personal branding, seperti spesialisasi dan kenampakan, namun juga memiliki area yang memerlukan perbaikan, seperti keteguhan dan nama baik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa personal branding di TikTok sangat dipengaruhi oleh pemahaman dan penerapan konsep diri yang tepat. Para mahasiswa yang mampu secara konsisten menerapkan nilai-nilai keaslian, percaya diri, dan komunikasi yang efektif, serta terus mengevaluasi dan mengembangkan strategi mereka, berpotensi besar untuk membangun personal branding yang kuat dan bertahan lama di platform ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisna, R A. 2022. "Fenomena *Phubbing* Sebagai Hambatan Komunikasi Bagi Mahasiswa Generasi Z Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau."
- Hamdiyah. 2021. ""Pengaruh Perilaku *Phubbing* Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Di Jurusan Ilmu Pendidikan ULM." Jurnal Pelayanan Bimbingan dan Konseling.
- Hanika, Ita Musfirowati. 2015. "FENOMENA *PHUBBING* DI ERA MILENIA (Ketergantungan Seseorang Pada *Smartphone* Terhadap Lingkungannya)." Jurnal Interaksi 4(1): 42–

- Kurniawan, N. (2019). Pengaruh Stres Akademik dan Masalah Pribadi Terhadap Penggunaan *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Universitas Indonesia*, 23(2), 45-60.
- Prasetya, M. D., & Kristanto, A. (2020). Pengaruh Penggunaan *Smartphone* Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Komunikasi Universitas Diponegoro*, 8(2), 123-135.
- Putra, R. I., & Sari, M. (2019). Ketergantungan pada *Smartphone* dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Akademik Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2(2), 115-130.
- Rahmi Hayati. 2017. "UPAYA MENGATASI PERILAKU *PHUBBING* DENGAN MENGGUNAKAN TANGRAM MATEMATIKA PADA SISWA SEKOLAH DASAR."
- Ratmanto, Teguh. 2015. "Determinisme Teknologi Dalam Teknologi Komunikasi Dan Informasi." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 6(1): 43–50.
- Susanti, R. (2017). Penggunaan Media Sosial dan Ketergantungan pada Smartphone di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 9(3), 89-102
- Pratiwi, nuning. 2017. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1: 213–14.