



Personal Branding Content Creator Nasion Patriotik (Analisis Isi pada Akun TikTok @nasionp)

Lely Putri Arum Ningtyas¹, Diana Amalia²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Abstract

Received: 01 Mei 2024

Revised: 08 Mei 2024

Accepted: 15 Mei 2024

This research aims to find out the personal branding of Nasion Patriotik on TikTok social media. The type of research used in this research is descriptive qualitative. This research uses a qualitative content analysis method. The data analysis technique was carried out by collecting @nasionp content and then analyzing it based on eight laws of personal branding according to Peter Montoya. The results of this study indicate that Nasion Patriotik's personal branding on TikTok social media has 3 basic characteristics found in the TikTok @nasionp account based on eight laws of personal branding that tend to show as an educative content creator in the fields of photography and videography.

Keywords: *Personal Branding, Social Media, New Media.*

(*) Corresponding Author: lelyputri640@gmail.com

How to Cite: Ningtyas, L. P. A., & Amalia, D. (2024). Personal Branding Content Creator Nasion Patriotik (Analisis Isi pada Akun TikTok @nasionp). <https://doi.org/10.5281/zenodo.11438309>.

LATAR BELAKANG

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi melahirkan fenomena digital. Di era digital internet memiliki dampak signifikan pada kehidupan masyarakat. Komputer dan internet merupakan bentuk nyata dari revolusi komunikasi yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Internet merupakan teknologi digital yang berkembang dan menuju modernisasi digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang pendidikan, politik, ekonomi, budaya, dan bidang lainnya (Putra & Amalia, 2021). Saat ini internet menjadi kebutuhan dasar bagi setiap individu, karena kebutuhan dan ketergantungan akan informasi-informasi terbaru dari penjuru dunia (Harianti, 2019). Sebagaimana disampaikan oleh Katadata.co.id berdasar pada laporan terbaru yang diumumkan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) bertajuk “Pengguna Internet Indonesia 215 Juta Jiwa pada 2023, Naik 1,17%” menyebutkan pada awal 2023 ini, jumlah penduduk terkoneksi internet di Indonesia yakni mencapai 215,62 juta jiwa dari total populasi 275,77 juta jiwa penduduk Indonesia.

Media sosial adalah sebuah media dalam jaringan yang ditunjang 3 teknologi multimedia canggih untuk memungkinkan penggunaanya dapat berbagi, berpartisipasi, dan membuat konten melalui aplikasi berbasis internet (Humas RI, 2014). Media sosial dapat diartikan sebagai suatu jenis *new media* yang memiliki berbagai fitur untuk memudahkan manusia dalam mencari informasi maupun untuk saling berkomunikasi dengan manusia lain. Media sosial diciptakan untuk mendukung interaksi antar individu satu dengan individu lainnya melalui media internet dan teknologi yang ada saat ini. Berkembangnya teknologi komunikasi,



berdampak pada media sosial dengan ditandai munculnya berbagai platform aplikasi media sosial.

Databoks.katadata.co.id dari survei Kementerian Kominfo dan Katadata Insight Center (KIC) alasan mayoritas orang menggunakan media sosial yaitu: 78,6% pemanfaatan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan teman, keluarga, bahkan kenalan baru. 64,3% pengguna media sosial karena mengikuti teman atau keluarga menggunakan media sosial yang sama. Kemudian, 35,4% alasan penggunaan media sosial untuk mengetahui dan mengikuti perkembangan berita, keadaan, atau aktivitas dari teman atau orang yang dikenal. 19,5% pengguna memiliki alasan menggunakan media sosial untuk berkenalan dengan orang baru atau membentuk kelompok maupun bergabung dengan komunitas untuk berbagai minat. 20,8% alasan pengguna media sosial karena tertarik menggunakan fitur-fitur yang ditawarkan oleh media sosial tertentu. Sedangkan, 17,6% beralasan menggunakan media sosial untuk menginformasikan tentang diri dan aktivitas pribadinya, sementara itu sebanyak 1,1% mengatakan alasan lainnya. Melihat data diatas, sebanyak 17,6% pengguna memanfaatkan media sosial sebagai media personal branding, dengan membagikan segala bentuk aktivitasnya atau sekedar membagikan minat dan bakatnya.

Brand dan *branding* merupakan dua kata yang memiliki makna yang berbeda. *Brand* menurut Heroen merupakan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau gabungan dari seluruhnya yang bertujuan untuk menandai barang atau jasa dari suatu perusahaan atau kelompok perusahaan untuk membedakan dari perusahaan lainnya (dalam Chania, 2023). Sedangkan *branding* merupakan usaha untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa sampai khalayak mengenal, mengakui, dan menggunakan produk atau jasa tersebut (Chania, 2023). *Branding* memiliki arti yaitu, suatu strategi yang digunakan untuk memberikan dan juga menyampaikan sebuah pesan mengenai kredibilitas dari pemilik brand tersebut, dapat memotivasi peminat, dan dapat menciptakan rasa kesetiaan terhadap sebuah brand. *Branding* memiliki arti sebagai keseluruhan aktivitas untuk melahirkan sebuah *brand* yang baik atau unggul (*brand equity*) yang mengacu pada nilai-nilai suatu *brand*, seperti loyalitas, anggapan atau persepsi mengenai loyalitas, kesadaran, dan persepsi kualitas sebuah brand (Risqi, 2021).

Personal branding menurut Timothy O'Brien merupakan identitas pribadi atau identitas diri yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas seseorang dan juga nilai yang dimiliki orang tersebut, sedangkan menurut Parengkuan & Tumewu *personal branding* merupakan kesan seseorang yang berkaitan dengan keahlian, perilaku, dan prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya (dalam Nurjannah, 2022). *Personal branding* yang dibangun seseorang dapat dijadikan suatu identitas yang digunakan orang lain dalam mengingat seseorang, dengan kata lain *personal branding* dapat membangun sebuah *awareness* pada khalayak sehingga seseorang dapat lebih mudah dikenali dengan berbagai aspek - aspek yang dimiliki.

Personal branding merupakan hal yang sangat penting untuk semua orang, terutama untuk orang yang ingin membangun relasi kerja. Personal branding juga bisa disebut seni membuat merek seseorang, di mana kemampuan seseorang akan ditunjukkan sebagai sebuah *brand* (Ishihara & Roswita, 2021). *Personal Branding*

menjadi penting karena merek pribadi dapat menjadi sarana yang efektif untuk membantu menunjukkan nilai seseorang, apa yang orang yakini, apa yang membuat seseorang menjadi unik, spesial dan berbeda (Liliyana, 2020). Hal ini menandakan *personal branding* dapat mempengaruhi seseorang untuk mendapatkan kesan dari individu lainnya terhadap aspek - aspek yang dimiliki dari seseorang. Saat ini setiap individu berlomba-lomba untuk membangun *personal branding* yang sesuai dengan keahlian dan ketertarikan yang dimiliki, seperti pada influencer.

TikTok salah satu media sosial yang digemari masyarakat Indonesia, aplikasi ini dikenalkan oleh perusahaan ByteDance yang berasal dari Tiongkok. TikTok merupakan aplikasi berbagi video, media sosial TikTok menawarkan dukungan pembuatan video dengan berbagai fitur yang menarik yang ditawarkan kepada penggunanya. Melalui berbagai aplikasi video, konten video dapat dengan mudah tersebar di media sosial dan dapat diakses oleh berbagai negara. Aplikasi TikTok sudah diluncurkan sejak bulan Desember tahun 2016. Pengguna TikTok dapat membuat video kreasi berdurasi 30 detik sampai dengan 10 menit. Dilansir pada Databoks Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite, media sosial TikTok memiliki 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia pada Januari 2023. Jumlah tersebut bahkan menempatkan TikTok di peringkat keenam aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak secara global pada bulan Januari 2023. Tercatat, pengguna TikTok di seluruh dunia bertambah 18,8% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Negara Indonesia menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak dunia yakni mencapai 109,9 juta pengguna. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi TikTok cukup digemari di Indonesia.

TikTok dimanfaatkan seseorang untuk membangun personal branding, seperti yang sering disebut sebagai content creator, selebgram, influencer, TikTokers, dan lainnya. Content creator yang memiliki banyak pengikut dan memiliki keunikan tersendiri disebut sebagai TikTokers atau seleb TikTok. Hal ini membuktikan bahwa TikTok selain sebagai media edukasi dan hiburan, TikTok juga dapat digunakan sebagai media *personal branding*. Namun dalam memperkuat *content creator* membutuhkan personal branding yang baik untuk bertahan dalam dunia seleb TikTok. FYP (*For You Page*) merupakan istilah yang sering dipakai oleh kalangan pengguna TikTok, istilah FYP sendiri merupakan sistem yang dimiliki oleh TikTok ketika sebuah video salah satu pengguna TikTok tersebut menjadi viral, mempunyai audiens yang banyak dan populer. Maka tak jarang saat ini mulai banyak *creator* atau pengguna TikTok lain yang mulai berlomba-lomba untuk menaikkan kepopulerannya melalui TikTok, untuk menarik *followers* atau para fansnya agar mengenal mereka (Ardianto & Zulfiningrum, 2022).

Kegiatan personal branding di media sosial dimanfaatkan juga oleh salah satu *content creator* di Indonesia dalam mengembangkan karirnya. Nasion Patriotik merupakan *content creator* edukasi di TikTok sekaligus seorang *photografer* dan *videografer*. Pemilik akun @nasionp ini memulai perjalanannya di TikTok karena untuk menyalurkan pembelajaran terutama dalam dunia fotografi, pada akun tersebut memberikan beberapa tata cara memotret bermodalkan smartphone atau kamera, selain itu @nasionp dapat memberikan kemudahan bagi audiensnya dalam mengembangkan keahlian *fotografi* maupun *videografi*. @nasionp mengakui dampak dari penyebaran aplikasi TikTok yang dirasa mempunyai peluang tinggi untuk menyebarkan informasi suatu konten agar lebih diterima masyarakat. Sebab

dengan memberikan pembelajaran melalui video dapat memudahkan masyarakat agar lebih paham dibandingkan hanya menggunakan tulisan. Saat ini akun TikTok @nasionp telah memiliki 5,6 juta pengikut dan memiliki total suka 86,8 juta. Hal itu lah yang menggerakkan @nasionp untuk membuat video mengenai tips dan trik fotografi dan videografi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan mengungkapkan terkait masalah ini mengenai personal branding Nasion Patriotik di media sosial TikTok melalui analisis isi kualitatif dengan delapan konsep personal branding dari Peter Montoya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif bersifat deskriptif. Menurut Mulyana metode penelitian kualitatif menjelaskan bahwa pengetahuan tidak mempunyai sifat objektif dan tetap, melainkan sifat interpretif (Ishihara, 2021). Analisis isi kualitatif juga digunakan dalam penelitian ini. Subjek penelitian yang diteliti oleh penulis adalah Nasion Patriotik pemilik akun media sosial TikTok @nasionp. Sedangkan untuk objek penelitian yang ditelitinya adalah Personal Branding dari akun media sosial TikTok @nasionp. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan studi literatur.

Analisis data dalam penelitian ini yaitu penulis melakukan pengumpulan data berupa mengambil beberapa konten dari akun TikTok @nasionp, berdasarkan batasan 8 konsep *personal branding* menurut Peter Montoya. Kemudian data direduksi dan difokuskan pada 8 elemen personal branding menurut Peter Montoya. Selanjutnya penulis menarik kesimpulan dari proses penyajian data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nasion Patriotik merupakan seorang fotografer dan videografer. Ia memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana membangun dan membentuk citra dirinya dengan menggunakan konten edukasi untuk pekerjaannya sebagai fotografer dan videografer pada konten yang diunggahnya melalui media sosial TikTok. Akun TikTok @nasionp saat ini memiliki jumlah followers 5,7 juta dengan perolehan total suka 87,3 juta. Pada halaman biografi akun TikTok @nasionp menuliskan “Photography & Videography, Tips & Tricks, dan Link Donasi Nenek Sakdiyah”, hal ini mengacu pada konten-konten yang ia buat berupa tips and trik fotografi dan videografi, serta ia menunjukkan sisi lain dari dirinya sebagai seorang fotografer yaitu sikap kepedulian terhadap orang lain, dalam biografi yang dituliskan pada akun TikToknya Ia turut mengajak pengikutnya untuk berbagi dengan seorang nenek yang pernah di potretnya.

Melalui TikTok tersebut, Nasion Patriotik membangun koneksi dan berinteraksi dengan pengikutnya, namun juga membawa ciri khas dirinya dalam berkomunikasi dan beraktivitas di media sosial. Hal ini Nampak pada kontennya yang sering menggunakan gawai saat memotret objek dan mengedit foto maupun video. Selain itu intensitas mengunggah konten TikTok yang dilakukan Nasion

Patriotik bertujuan untuk meningkatkan popularitasnya sebagai *content creator* edukasi tentang fotografi dan videografi.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa Nasion Patriotik membentuk *personal branding*nya melalui TikTok dengan mengunggah konten edukasi mengenai fotografi dan videografi. Melalui akun TikToknya, Nasion Patriotik menunjukkan keahliannya sebagai seorang fotografer dan videografer profesional yang dibalut menjadi konten edukasi.

Menurut Peter Montoya dalam 8 konsep *personal branding* meliputi spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik (Ningrum, 2019). Dari akun TikTok @nasionp, peneliti menemukan 8 konsep *personal branding*, konsep-konsep tersebut saling berkesinambungan. *Personal Branding* merupakan upaya membuat kesan yang berhubungan dengan kemampuan, keterampilan, tingkah laku, dan prestasi yang sengaja dibangun seorang individu untuk tujuan menciptakan sebuah brand (Erwin dan Tumewu, 2023). *Brand* menggambarkan pengalaman khalayak, sebagai bentuk desain, logo, dan kata-kata unik yang mampu membedakan suatu perusahaan dengan kompetitornya (Putra dan Amalia, 2021). Adanya perspektif positif khalayak mampu membuat brand melekat dihati publik. McNally & Speak terdapat 3 karakteristik yang mendasari *personal branding* yaitu sebuah *personal branding* unik dan berbeda dari yang lain (khas), relevan, dan konsisten (Maharani, 2023). Peneliti menemukan 3 karakteristik dasar *personal branding* yang terdapat pada akun TikTok @nasionp, yaitu sebagai berikut:

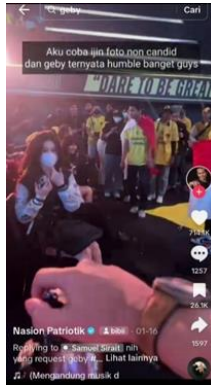
1. Ciri Khas sebagai content creator edukasi fotografi dan videografi

Membangun *personal branding* harus dibuat unik dan khas agar menarik khalayak, karena keunikan dan ciri khasnya memudahkan khalayak untuk mengenali dan mengingat seseorang (Maharani, 2023). Hal tersebut didasari karena setiap orang merupakan makhluk yang unik, sehingga pada setiap orang terdapat sebuah kekhasan. Keunikan dan ciri khas merupakan fondasi *personal branding* yang kuat. Ciri khas dapat dipresentasikan dengan tampilan fisik, keahlian, dan kualitas diri (Harianti, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian dari akun TikTok @nasionp berhasil memenuhi 8 konsep *personal branding*. Karakteristik ciri khas pada akun TikTok @nasionp berhasil dipenuhi oleh Nasion Patriotik yaitu spesialisasi dan perbedaan. 1. Spesialisasi, ketepatan pada sebuah spesialisasi dan terkonsentrasi hanya pada suatu kekuatan, keahlian, maupun pencapaian tertentu (Imawati, 2018). Pada konsep ini, seseorang dituntut untuk memiliki ciri khas atau kekuatan sebagai pondasi untuk membangun citra diri. Spesialisasi pada Nasion Patriotik terletak pada keahliannya sebagai seorang fotografer dan videografer profesional, seperti mampu melakukan pengambilan objek dari jarak jauh (*medium long shot*), menentukan posisi lighting, dan menentukan sisi artistik foto.

a. Keahlian Pengambilan Objek Jarak Jauh

Nasion melakukan teknik pengambilan objek jarak jauh. *Medium long shot* merupakan teknik yang menghasilkan foto berfokus pada sebagian tubuh objek foto menampilkan sedikit area sekitar objek foto.



Caption: Nih yang *request* Geby
#mlbbm4 #DareToBeGreat #Nasionp

- b. Kemampuan menentukan posisi *lighting*
Nasion melakukan menentukan posisi *lighting* dalam mengatasi *blacklight* menghasilkan foto yang memiliki *feel* ataupun *mood*.



Caption: Kurang lebih tutorial
foto cewek cakep gitu ya guys #Nasionp

- c. Kemampuan menentukan sisi artistik foto agar terlihat menarik
Nasion Patriotik memperlihatkan kemampuan sebagai seorang fotografer profesional yaitu cekatan dalam menangkap momen, mampu menentukan *angel* foto dan mengarahkan pose objek foto agar hasil foto terlihat menarik.



Caption: Surprise in couple yang lagi
wisuda bareng #Nasionp

2. Perbedaan, *personal branding* yang efektif memiliki kesan yang kuat dan menjadi pembeda dari individu lainnya (Chania, 2023). Nasion Patriotik cenderung menggunakan *medium long shot* sebagai teknik fotografinya. Sebagai videografer profesional, Ia cenderung menggunakan gawai sebagai alat untuk mengambil gambar dan editing gambar ataupun video. Dalam berbagai kontennya Nasion Patriotik selalu memperlihatkan hasil foto dan video kepada objek fotonya secara langsung. Perbedaan inilah yang menjadi ciri Nasion Patriotik yang agar audience mudah mengenalinya.

a. Penggunaan komposisi foto *medium long shot*

Berbeda dengan fotografer lainnya, Nasion Patriotik memberikan hasil foto dengan komposisi *motion blur* sehingga foto yang dihasilkan lebih fokus kepada objek foto.



Caption: Ada motivasi untuk kaum jomblo?

b. Penggunaan Gawai sebagai alat pengambilan gambar untuk video *cinematic*

Nasion Patriotik membagikan tata cara dan trik pengambilan konten video melalui gawai untuk hasil gambar *cinematic*. Nasion membagikan trik memegang gawai yang tepat dalam pengambilan video cinematic, tips pengambilan gambar, dan mengatur posisi objek agar menghasilkan video *aesthetic*.



Caption: 3 Cara video simple pasangan ketika staycation

c. Langsung memperlihatkan hasil karya foto jepretannya

Nasion Patriotik memotret Citra Kirana (Ciki) dalam event turnamen olahraga selebriti. Berbeda dengan fotografer lainnya, Nasion selalu memberikan hasil fotonya kepada objek atau model yang telah Ia foto, hal ini menjadi trik Nasion untuk memperlihatkan kemampuannya ke publik



Caption: *Latepost* nyenengin Ciki #Nasionp #Serunyabelajar

2. Relevansi konten TikTok sebagai fotografer dan videographer profesional

Personal branding yang kuat harus menunjukkan sesuatu yang dianggap penting oleh khalayak dan relevan dengan karakter diri. *Personal branding* harus memiliki relevansi dengan karakter diri untuk memudahkan khalayak mempersepsikan diri seseorang. Persepsi positif dari khalayak akan ada, jika individu tersebut dinilai bermanfaat (Maharani, 2023).

Hal yang menunjukkan relevansi pada *personal branding* yaitu menyampaikan informasi penting, mengajak audiens melakukan hal yang baik, dan mendukung kegiatan positif. Relevansi pada akun @nasionp melalui 8 konsep *personal branding* dipenuhi oleh Nasion Patriotik yaitu nama baik.

1. Nama baik, sebuah *personal brand* akan memberikan hasil yang baik dan bertahan lama serta memiliki pengaruh yang lebih besar jika individu tersebut dipersepsikan positif oleh khalayak, persepsi positif dari khalayak bisa ada jika individu tersebut dinilai bermanfaat (Murtanto, 2022). Nasion Patriotik telah melakukan interaksi sosial secara langsung dengan pengikutnya dalam mengembangkan media sosial TikTok miliknya. Nama baik yang ditanamkan melalui media sosial TikTok @nasionp membuat citra Nasion Patriotik terancang baik dihati pengikutnya. Nama baik yang ia miliki dimanfaatkan untuk melakukan kolaborasi dengan beberapa *content creator* dan produk *brand*. Selain itu keahliannya sebagai fotografer dan videografer profesional berhasil memunculkan berbagai relasi yang baik serta beberapa penghargaan yang diterimanya. Seperti TikTok Award kategori *content creator edukasi*.

a. Kolaborasi dengan TikTokers lainnya

Nasion Patriotik berkolaborasi dengan TikTokers untuk mengajak para *content creator* mengikuti event #serunyabelajarbareng



Caption: Nih ide foto satri, gabut nunggu sahur, yuk bikin juga guys #SerunyaBelajarBareng #SerunyaBareng

- b. Kolaborasi dengan *brand* produk
Nasion Patriotik berkolaborasi dengan brand gawai Vivo dengan event serunya main bareng Vivo27, dalam kontennya Nasion membagikan tips pose foto keluarga yang beranggotakan 5 orang dengan menggunakan alat gawai.



Nih ide pose berlima keluarga untuk lebaran #SerunyaMainBareng #SerunyaBareng

- c. Meraih pencapaian masuk nominasi *TikTok Awards content creator edukasi* fotografi dan videografi
Nasion membagikan pencapaiannya dapat berkolaborasi dengan brand-brand besar dan mendapatkan nominasi *TikTok Awards*. Ia membagikan hasil kerja kerasnya menjadi *content creator* dapat merubah hidupnya dan mendapatkan hadiah serta relasi dengan beberapa artis



Caption: *Very Proud Of me*, gabut mikirin diri sendiri
#BigOnTheSmallScreen #serunyabelajar

3. Konsisten dalam mempertahankan *personal branding* sebagai *content creator edukasi fotografi dan videografi*

Selama proses dibentuknya *personal branding* penting untuk konsisten, dinampakkan, dan dibentuk secara terus menerus sehingga *personal branding* tersebut dapat melahirkan *brand equity* (Chania, 2023). Usaha untuk melakukan *personal branding* membutuhkan konsistensi karena sebuah *personal branding* merupakan sesuatu yang harus direncanakan dan dilakukan secara terus menerus agar khalayak mampu mengidentifikasi *brand* yang ingin ditampilkan. Nasion Patriotik dalam media sosial TikTiknya konsisten mengunggah konten edukasi mengenai fotografi dan videografi. Karakter konsisten pada akun @nasionp melalui 8 konsep *personal branding* dipenuhi oleh Nasion Patriotik yaitu kepemimpinan, kepribadian, kenampakan, kesatuan, dan keteguhan.

1. Kepemimpinan, Nasion Patriotik sebagai seorang fotografer dan videografer dituntut untuk memiliki sifat kepemimpinan, Nasion Patriotik memiliki *self leadership* yang baik. *Self leadership* atau kepemimpinan diri merupakan cara seseorang mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tindakan diri sendiri untuk mencapai visi dan misi yang diharapkan. Sebagai seorang fotografer dan videografer, Ia mampu memberikan arahan teknis foto secara jelas dan menentukan posisi dan pose objek foto, serta mampu menentukan *angle* foto objek pada saat selfie.

- a. Kemampuan mengatur dan memberikan arahan pose dari objek yang akan difoto

Sifat pemimpin ditunjukkan Nasion Patriotik saat mengatur posisi urutan anggota keluarga dan memberikan arahan pose agar terlihat lebih menarik.



Caption: Tips Foto Keluarga buat lebaran, nih ide ucapan idul fitri keluarga buat story #SerunyaBareng #SerunyaMainBareng

- b. Kemampuan menentukan *angle* foto menggunakan gawai
Sifat pemimpin ditunjukkan Nasion Patriotik mengarahkan *angle* foto saat *selfie* dan melakukan editing foto agar hasil foto lebih menarik dan artistik.



Caption: Referensi cara selfie keluarga waktu lebaran #Nasionp #Lebaran2023

2. Kepribadian, Nasion Patriotik menunjukkan kepribadiannya, kepribadian sebagai fotografer dan videografer yang kreatif, yang dituangkan dalam proses pembuatan konten mulai dari ide konten, pengambilan konten, penentuan objek, penentuan tempat, dan editing. Selain itu Nasion Patriotik merupakan seorang yang kekinian, konten yang dibuat selalu up to date dan menarik perhatian pengikutnya.

- a. Pribadi yang kekinian

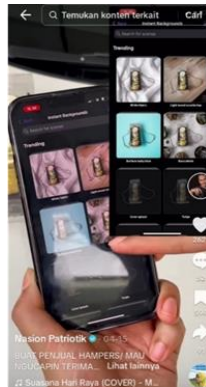
Nasion Patriotik membagikan tata cara membuat konten dengan filter dipercepat, yang pada saat itu konten seperti ini sedang populer dan banyak



Caption: Trotoar Jalan” Nih tutorial aplikasi capcut #Nasionp

b. Fotografer dan videografer yang Kreatif

Nasion Patriotik menunjukkan kepribadiannya sebagai seorang yang kreatif. Kemampuannya dalam berfikir kreatif dituangkan dalam proses menentukan konsep foto, penataan aksesoris tambahan, pengambilan gambar, sampai dengan proses editing hingga menghasilkan foto produk yang bagus dan unik.

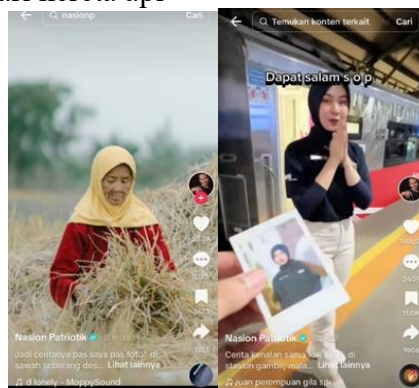


Caption: Buat penjual *hampers* atau mau ngucapin terimakasih ke teman yang kirim hampers nih #SerunyaBareng #SerunyaMainBareng

3. Kenampakan, Nasion Patriotik menggunakan media sosial TikTok sebagai personal brandingnya. Dalam membentuk *personal branding*nya sebagai fotografer dan videografer profesional, Ia konsisten mengunggah konten edukasi tentang fotografi dan videografi, beberapa konten yang diunggah masuk *trending fyp* (*for your page*) pada media sosial TikTok.

a. *Trending FYP*

Konsisten mengunggah konten tentang fotografi dan videografi, beberapa konten yang diunggah Nasion masuk *trending fyp* (*for your page*) pada media sosial TikTok, seperti pada konten dengan judul “Nenek Sawah” dan “Surprise in pramugari kereta api”



Caption (gambar kiri): Cara foto dengan toddler yang pas #Nasionp #SerunyaBelajar

(gambar kanan): Cerita kenalan sama kak @Sill di stasiun gambir, malah bahas parfum. #Nasionp #Serunya17an #SerunyaBelajar

4. Kesatuan, memiliki sikap percaya diri, kreatif, dan memiliki pendirian yang kuat dalam menjalankan profesinya, mencerminkan Nasion Patriotik sebagai seorang yang profesional di bidangnya. Semua konten yang dibuat pada akun TikTok

@nasionp memperlihatkan bahwa ia memiliki rasa percaya diri, hal ini dibuktikan dengan dirinya yang masuk ke dalam frame pada setiap kontennya.

- a. Dengan kemampuannya sebagai seorang fotografer dan videografer Nasion Patriotik memiliki rasa percaya diri
Pada setiap konten Nasion Patriotik menunjukkan bahwa ia memiliki rasa percaya diri menggambarkan sosok Nasion Patriotik sebagai orang yang dapat meyakinkan *audience*, hal ini menjadi faktor dalam membangun personal brandingnya di media sosial TikTok.



Caption: Tutorial Edit Foto menggunakan Photoroom

5. Keteguhan, Nasion Patriotik mengembangkan media sosial TikTok miliknya dengan mempertahankan konten-konten yang diusungnya. Konten @nasionp mengusung konten edukasi fotografi dan videografi. Beberapa kontennya seperti tips video *cinematic*, tips foto, tips pose foto, tips foto produk, foto random, trik edit foto, dan *review* produk.

- a. Konsisten dalam mengunggah konten edukasi
Nasion Patriotik konsisten dalam membuat konten edukasi *fotografi* dan *videografi* untuk mengembangkan personal brandingnya di media sosial TikTok.



Caption (gambar kiri): Nih tutorial story ig #Nasionp
(gambar kanan): Foto Laura Ziphora

KESIMPULAN

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi melahirkan fenomena digital, yang menyebabkan banyaknya pelaku pengguna media sosial memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembentukan *personal branding*. Bagi setiap orang *personal branding* penting dilakukan terutama jika tujuan dibentuknya *personal branding* untuk kepentingan pekerjaan, karir usaha, atau untuk menjalin *relasi* pada orang lain. Pembentukan *personal branding* melalui media sosial TikTok oleh Nasion Patriotik berdasarkan pembahasan 8 konsep *personal branding* oleh Peter Montoya disimpulkan sebagai berikut:

1. Ciri khas sebagai *content creator edukasi* fotografi dan videografi ditampilkan Nasion Patriotik dalam konsep spesialisasi yaitu keahlian fotografinya yang mengandalkan teknik *medium long shot*, penentuan posisi *lighting*, dan mampu menentukan sisi artistis foto. Dalam konsep perbedaan, sosok Nasion Patriotik memperlihatkan perbedaannya dengan *content creator* fotografi lainnya yaitu dalam pengambilan video dan editing ia menggunakan gawai, memperlihatkan dan memberikan hasil foto pada objek foto.
2. Nasion Patriotik menunjukkan relevansinya sebagai fotografer dan videografer profesional mendapatkan persepsi positif dari audiens, persepsi positif ini terlihat pada interaksi sosial yang dilakukan Nasion dengan pengikutnya dalam mengembangkan media sosial TikTok miliknya. Dalam konsep nama baik yang ia miliki dimanfaatkan untuk melakukan kolaborasi dengan beberapa *content creator* dan berhasil memunculkan berbagai *relasi* yang baik serta beberapa penghargaan yang diterimanya. Seperti *TikTok Award kategori content creator edukasi*.
3. Nasion Patriotik menjaga *personal branding*nya dengan menunjukkan konsistensinya yang ditunjukkan pada keteguhannya mengunggah konten edukasi fotografi dan videografi, mampu mendireksi klien atau objek foto pada saat sesi pemotretan, memiliki sikap percaya diri, kreatif, dan memiliki pendirian yang kuat dalam menjalankan profesinya sehingga *personal branding*nya terlihat melalui *trending fyp (for your page)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, D. J., & Zulfiningrum, R. (2022). Penggunaan TikTok Sebagai Personal Branding Benjamin Master Adhisurya (iben_ma). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Chania, Meta. (2023). *Personal Branding Vina Muliana melalui Media Sosial TikTok (Analisis Isi Kualitatif Akun TikTok @vmuliana)*. (Skripsi IAIN Surakarta)
- DataIndonesia.id dengan judul "Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023". <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.
- Harianti, Lusi. (2019). *Personal Branding Pejabat Publik di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Harnojoyo melalui Akun Instagram Pribadi @harno.joyo)*. (Skripsi UIN Raden Fatah Palembang).
- Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI
- Ishihara, Yemikaori Yumna Ulya & Roswita Oktavianti. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Jurnal untar*

- Juwito dan Zainal Abidin Achmad dkk. (2022). Public speaking and personal branding skills for student organization managers at Dharma Wanita High School Surabaya. *Journal of Community Service and Empowerment* Vol. 3, No. 1, April 2022, pp. 9-17
- Katadata.co.id dengan judul "APJII: Pengguna Internet Indonesia 215 Juta Jiwa pada 2023, Naik 1,17%", <https://katadata.co.id/lavinda/digital/646342df38af1/apjii-pengguna-internet-indonesia-215-juta-jiwa-pada-2023-naik-1-17>
- Katadata dengan judul "Orang Indonesia Suka Main Media Sosial, Ini Alasannya" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/15/orang-indonesia-suka-main-media-sosial-ini-alasannya>
- Liliyana, Fitri Ariani. (2020). Konstruksi Personal Branding Penulis Fiksi di Social Media (Studi Kasus Penulis Fiksi Ika Natassa di Twitter). *Jurnal Akrab Juara*.
- Megaputri, Cahya Asmarandani dan Pratiwi Wahyu Widiarti. 2022. Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti Nadja Nameera di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 5, No 2.
- Nurjannah, Dinar Asvi (2022) *Strategi Personal Branding Bupati Kabupaten Pacitan (Analisis Isi Kualitatif Akun Instagram @Inb_Indratanurbayuaaji dalam Membangun Personal Branding)*. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Pertiwi, Femilia dan Irwansyah. 2020. Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol. 23 No. 1, Juli 2020: 15-30
- Putra, Abraham Eleazar Anugerah dan Diana Amalia. (2022). Analisis Isi pada Akun Instagram @mpmhondajatim dalam Memperkuat Brand Awareness. *Voxpop*, 4 (1), 1-12.
- Risqi, Agnes Suhardika. (2021) *Analisis Personal Branding Bupati Sugiri Sancoko Menuju Ponorogo Hebat*. Skripsi (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.