

Bukti Terbit Artikel Ilmiah



JURNAL

KOMUNIKASI GLOBAL

E-ISSN: 2614-218X P-ISSN: 2614-7998

HOMEABOUTLOGINREGISTERCATEGORIESSEARCHCURRENTARCHIVESANNOUNCEMENTSPUBLICATION ETHICS

ANALISIS AUTHENTIC PERSONAL BRANDING DR. TIRTA DI INSTAGRAM DAN TIKTOK

Muhammad Rizal Firdaus, Nur Aini Shofiya Asyari

Abstract

Meskipun lebih dikenal sebagai pebisnis sepatu, dr. Tirta memanfaatkan popularitasnya di media sosial dengan 3,2 juta pengikut di Instagram dan 1,6 juta di TikTok untuk menyampaikan edukasi kesehatan kepada publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji authentic personal branding dr. Tirta di Instagram dan TikTok dengan menggunakan teori Authentic Personal Branding dari Hubert K. Rampsad. Teori ini mencakup sebelas indikator utama, yaitu keaslian, integritas, konsistensi, spesialisasi, wibawa, kekhasan, relevansi, visibilitas, kegigihan, kebaikan, dan kinerja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi terhadap Sembilan konten terpilih dari kedua platform media sosial tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding dr. Tirta mencerminkan keaslian dan konsistensi dalam menyampaikan pesan kesehatan melalui gaya komunikasi yang khas dan relevan dengan audiens digital. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan praktis bagi individu yang ingin membangun personal branding yang autentik dan berkelanjutan di era digital. Although he is better known as a shoe entrepreneur, dr. Tirta has utilized his popularity on social media gaining 3.2 million followers on Instagram and 1.6 million on TikTok to deliver health education to the public. This study aims to examine dr. Tirta's authentic personal branding on Instagram and TikTok using Hubert K. Rampsad's Authentic Personal Branding theory. The theory outlines eleven key indicators: authenticity, integrity, consistency, specialization, authority, distinctiveness, relevance, visibility, persistence, goodwill, and performance. This research employs a descriptive qualitative method with data collected through digital documentation of nine selected posts from both social media platforms. The findings show that dr. Tirta's personal branding reflects authenticity and consistency in conveying health messages through a distinctive communication style that resonates with digital audiences. These results are expected to serve as a practical reference for individuals seeking to build an authentic and sustainable personal brand in the digital era.

USER

Username

Rizalfirdaus3

Password

•••••

☐ Remember me

Login

NOTIFICATIONS

• View

• Subscribe

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope

All

Search

Browse

• By Issue

• By Author

• By Title

Link DOI: <https://doi.org/10.24815/jkg.v14i1.45457>