

ABSTRAK

MUHAMMAD ABRAR MUSTAKIM.13819958

**PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR KAFFA NUGROHO
MELALUI AKUN SOSIAL MEDIA TIKTOK @PARDONMYPRESENCE**

Kata kunci: Kaffa Nugroho, Konten Kreator, Personal Branding, *TikTok*

(xi + 68 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembentukan personal branding Kaffa Nugroho melalui akun sosial media TikTok @pardonmypresence. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka lapangan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik akun @pardonmypresence di TikTok yaitu Kaffa Nugroho, 1 tim dari Kaffa Nugroho dan 2 pengikut Kaffa Nugroho di sosial media TikTok @pardonmypresence. Hasil penelitian ini diketahui bahwa Kaffa Nugroho memenuhi pada delapan konsep personal branding menurut Peter Montoya, yaitu : Spesialisasi, Kaffa Nugroho memfokuskan dirinya sebagai konten kreator. Kepemimpinan, Kaffa Nugroho memiliki tujuan dalam pembuatan konten yang dirinya buat di akun *TikToknya* yaitu menghibur. Kepribadian, Kaffa Nugroho memiliki kepribadian yang lucu, periang dan menghibur di kehidupan aslinya dan berkонтen dengan apa adanya. Perbedaan, Kaffa Nugroho memiliki perbedaan yaitu penggunaan fitur tiktok yang selalu dirinya gunakan di kontenya. Serta memperkenalkan sebuah tokoh “Nurul” menjadi salah satu cirikhas yang membedakan dirinya dengan konten kreator yang lain. Terlihat, Kaffa Nugroho berusaha untuk mempromosikan dirinya di akun *TikTok* nya dengan berbagai cara agar dikenal dan disukai oleh pengguna *TikTok* lainnya. Kesatuan, Kaffa Nugroho memperlihatkan dirinya yang selaras dengan kehidupan sebenarnya yaitu lucu, periang dan menghibur. Keteguhan, Kaffa Nugroho selalu berinovasi mengenai ide konten yang akan dirinya buat seperti penambahan sebuah tokoh baru di cerita yang akan dirinya bawa sehingga adanya sebuah peningkatan dalam kualitas konten. Maksud baik, berharap konten yang dirinya buat dapat menghibur berbagai kalangan di *TikTok* sehingga dari konten yang terhibur tersebut dapat dikenal oleh orang-orang yang menonton kontennya.

Data Pustaka (2002-2021)