

## Eksplorasi Eight Laws of Personal branding Dalam Konten Media Sosial: Studi Kasus Pada Tiktok Ayman Alatas. = Exploration the Eight Laws of Personal Branding in Social Media Content: A Case Study on Tiktok Ayman Alatas.

Diana Kusuma Wardhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526532&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Seorang dokter memiliki kewajiban untuk memberikan informasi mengenai kesehatan kepada pasien, saat ini perkembangan media sosial memudahkan dokter untuk membagikan informasi mengenai dunia kesehatan kepada khalayak tanpa mengenai jarak dan waktu. Mudahnya membagikan sebuah informasi membuat lahirnya para konten kreator dalam media sosial. Seorang individu dapat dikatakan sebagai konten kreator apabila memiliki pengikut yang banyak dan konten yang viral. Individu tersebut dinamakan *influencer*. Untuk dapat menjadi *influencer* yang terkenal, seorang individu harus memiliki sebuah hal yang berbeda dengan individu lainnya, hal ini disebut dengan personal branding. Personal branding yang baik memiliki delapan dimensi hukum personal branding milik Peter Montoya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi *eight laws of personal branding* dalam konten Tiktok Ayman Alatas. Teori utama yang digunakan adalah teori delapan hukum personal branding. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif eksploratif. Pengumpulan data dilakukan dengan menganalisis konten tiktok dan wawancara semi-terstruktur dengan informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dr. Ayman Alatas memiliki hampir semua elemen-elemen dari delapan hukum personal branding yaitu *law of specialization, law of leadership, law of personality, law of distinctiveness, law of visibility, law of persistence, law of goodwill* kecuali *the law of unity*.

.....

A doctor has an obligation to provide information about health to patients, currently the development of social media makes it easier for doctors to share information about the world of health to the public regardless of distance and time. The ease of sharing information makes content creators born on social media. An individual can be said to be a content creator if he has many pengikut and viral content. These individuals are called influencers. To be a famous influencer, an individual must have something different from other individuals, this is called personal branding. Good personal branding has eight legal dimensions of Peter Montoya's personal branding. This study aims to explores eight laws of personal branding in Ayman Alatas' Tiktok content. The main theory used is the theory of eight personal branding laws. This research is qualitative descriptive exploratory research. Data was collected by analyzing the content of tiktok and semi-structured interviews with informants. The results of this study indicate that dr. Ayman Alatas has almost all the elements of the eight personal branding laws, namely, the law of specialization, the law of leadership, the law of personality, the law of distinctiveness, the law of visibility, the law of persistence, the law of goodwill except the law of unity.