

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah memberi kebebasan dalam menentukan bagaimana menggunakan *platform* baik untuk hiburan maupun komunikasi. Ada berbagai macam *platform* media sosial seperti Facebook, X (sebelumnya disebut dengan Twitter), Instagram, WhatsApp, dan TikTok, yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Penggunaan media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan untuk membangun *personal branding* di kalangan politisi muda di Indonesia semakin berkembang pesat, terutama TikTok menjadi alat yang efektif bagi mereka untuk memperkenalkan, mempromosikan visi dan misi, serta berinteraksi dengan publik. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *personal branding* Vasko Ruseimy melalui konten Tiktok terhadap citra positif di kalangan *followers* pada pasca banjir Sumatera barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan filsafat positivisme. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antar dua variable. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *followers* Tiktok Vasko Ruseimy yang berjumlah 4.481 *followers*. Dengan menggunakan rumus slovin pada tingkat kesalahan (*margin of error*) 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 sampel yang ditentukan melalui Teknik non probability sampling yaitu purposive sampling. Data yang dikumpulkan melalui penyebaran kusioner dengan tahapan pengolahan data yang akan dilakukan menggunakan pengujian statistik melalui aplikasi SPSS untuk melihat seberapa besar pengaruh dari *personal branding* terhadap citra positif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* yang dibangun oleh Vasko Ruseimy melalui konten TikTok memiliki pengaruh yang signifikan dan kuat terhadap pembentukan citra positif di kalangan *followers* pasca banjir Sumatera Barat.

Kata Kunci : Citra Positif, *Followers*, *Personal Branding*, , Tiktok

ABSTRACT

The development of social media has provided freedom in determining how platforms are used, both for entertainment and communication. There are various types of social media platforms such as Facebook, X (formerly known as Twitter), Instagram, WhatsApp, and TikTok, which enable the rapid and widespread dissemination of information. The use of social media as a communication tool and for building personal branding among young politicians in Indonesia is growing rapidly, with TikTok in particular becoming an effective tool for them to introduce themselves, promote their vision and mission, and interact with the public. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of Vasko Ruseimy's personal branding through TikTok content on the formation of a positive image among his followers in the aftermath of the West Sumatra flood. This study employs a quantitative approach grounded in the philosophy of positivism, aiming to examine the influence between two variables. The population of this study consists of all of Vasko Ruseimy's TikTok followers, totaling 4,481 followers. Using the Slovin formula with a margin of error of 10%, a sample size of 98 respondents was obtained, determined through a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. Data were collected through the distribution of questionnaires, with the data processing stage conducted using statistical testing through the SPSS application to examine the extent of the influence of personal branding on positive image formation. The results of this study indicate that the personal branding built by Vasko Ruseimy through TikTok content has a significant and strong influence on the formation of a positive image among his followers in the aftermath of the West Sumatra flood.

Keywords : *Followers, Personal Branding, Positive Image, Tiktok,*