

ABSTRAK

Kemajuan teknologi komunikasi mengubah pola interaksi pejabat publik dengan masyarakat, salah satunya melalui TikTok. Purbaya Yudhi Sadewa memanfaatkan TikTok untuk memulihkan Personal Branding-nya pasca isu negatif akibat pernyataan terkait demo "17+8" tuntutan rakyat. Penelitian ini berjudul "Personal Branding Purbaya Yudhi Sadewa melalui Media Sosial TikTok", dengan tujuan mengetahui Personal Branding yang dibangun Purbaya melalui akun TikTok @purbayayudhis dalam memulihkan citranya. Peneliti menggunakan delapan konsep Personal Branding Peter Montoya sebagai kerangka analisis, dengan pendekatan kualitatif melalui metode netnografi. Objek penelitian adalah lima video pada akun TikTok @purbayayudhis yang diunggah sepanjang September 2025–Mei 2026. Hasil penelitian menunjukkan seluruh video menerapkan delapan konsep *Personal Branding* Peter Montoya. Namun, konsep Spesialisasi dan Kepemimpinan hanya konsisten muncul pada video bermuatan aktivitas formal seperti klarifikasi kebijakan, pidato di forum resmi, dan kunjungan kerja, sementara pada video nonformal kedua konsep tersebut tidak ditemukan karena lebih menonjolkan sisi personal. Sebaliknya, konsep Kepribadian, Perbedaan, Kenampakan, Kesatuan, Keteguhan, dan Nama Baik tampil konsisten di seluruh video. Temuan ini menunjukkan Purbaya membangun Personal Branding melalui dua pendekatan yang saling melengkapi yaitu otoritatif sebagai pejabat ekonomi yang kompeten, dan humanis sebagai pribadi yang autentik dan dekat dengan rakyat, sehingga mampu memulihkan citranya secara efektif pasca isu pernyataan "17+8" tuntutan rakyat.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Media sosial Tiktok, Purbaya Yudhi Sadewa.