

## ABSTRAK

### ***Personal branding* SelebTikTok Sisca Kohl dan Ibnu Wardani Dalam Pemberitaan *Flexing* Pada Media Online (Komparasi Analisis *Framing* Robert N Entman Pada Suara.com dan Okezone.com)**

TikTok, sebagai platform media sosial yang populer, telah menjadi media yang kuat untuk membentuk persepsi publik dan membangun *personal branding*. Sisca Kohl dan Ibnu Wardani, dua SelebTikTok terkenal, sering memamerkan kekayaan mereka melalui konten yang dinilai sebagai *flexing*. *Flexing*, atau tindakan memamerkan kekayaan dan barang-barang mewah, sering kali memicu berbagai reaksi dari publik. Kebebasan dalam membuat konten *flexing* ini ternyata menjadi perhatian media dalam pemberitaan khususnya pada Sisca Kohl dan Ibnu Wardani. Fleksibilitas media online memberikan ruang yang signifikan bagi selebriti TikTok untuk membangun dan mempertahankan citra mereka. Dengan memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari konten *flexing*, media dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap fenomena ini.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui hasil analisis *framing Personal branding* SelebTikTok Sisca Kohl dan Ibnu Wardani Dalam Pemberitaan *Flexing* Pada Media Online Suara.com dan Okezone.com. Penelitian ini menggunakan konsep *framing* dari Robert N. Entman dan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis.

Hasil penelitian menunjukkan pemberitaan di Suara.com dan Okezone.com secara konsisten mengonstruksikan citra Sisca Kohl dan Ibnu Wardani dengan cara yang berbeda. Sisca Kohl digambarkan sebagai figur yang aspiratif dengan gaya hidup mewah yang dikagumi oleh banyak orang, meskipun ada juga kritik terhadap perilaku konsumtifnya. Di sisi lain, Ibnu Wardani dikonstruksikan sebagai sosok yang kurang jujur dan cenderung melakukan *flexing* yang tidak berdasar, yang mengundang banyak kritik dari publik. Melalui *framing* yang dilakukan oleh kedua media ini, citra dan persepsi publik terhadap kedua selebTikTok ini terbentuk dengan jelas, menunjukkan peran penting media dalam membentuk opini dan pandangan masyarakat. Komparasi dari Sisca Kohl dan Ibnu Wardani pada media suara.com dan okezone.com adalah kemewahan vs ketidakjujuran.

Kata Kunci: *Personal branding*, SelebTikTok, *Framing*, *Flexing*

## ABSTRACT

### **Personal Branding of TikTok Celebrities Sisca Kohl and Ibnu Wardani in Flexing News on Online Media (Comparison of Robert N. Entman's Framing Analysis on Suara.com and Okezone.com)**

TikTok, as a popular social media platform, has become a powerful medium for shaping public perception and building personal branding. Sisca Kohl and Ibnu Wardani, two renowned TikTok celebrities, frequently showcase their wealth through content perceived as flexing. Flexing, or the act of displaying wealth and luxury items, often elicits diverse reactions from the public. The freedom to create flexing content has become a concern for the media, especially in the coverage of Sisca Kohl and Ibnu Wardani. The flexibility of online media provides significant space for TikTok celebrities to build and maintain their image. The media can influence public perception of this phenomenon by selecting and highlighting specific aspects of flexing content.

This study aims to analyze the framing of the personal branding of TikTok celebrities Sisca Kohl and Ibnu Wardani in flexing news on Suara.com and Okezone.com. It employs Robert N. Entman's framing concept and a qualitative research method with a constructivist paradigm.

The findings reveal that Suara.com and Okezone.com consistently construct the images of Sisca Kohl and Ibnu Wardani in different ways. Sisca Kohl is depicted as an aspirational figure with a luxurious lifestyle admired by many, despite some criticism of her consumerist behavior. On the other hand, Ibnu Wardani is portrayed as a less honest figure, whose baseless flexing draws significant public criticism. Through the framing carried out by these two media, the images and public perceptions of these TikTok celebrities are clearly shaped, demonstrating the crucial role of the media in forming public opinions and views. The comparison between Sisca Kohl and Ibnu Wardani on Suara.com and Okezone.com can be summarized as luxury versus dishonesty.

**Keywords:** Personal Branding, TikTok Celebrities, Framing, Flexing