

ABSTRAK

Media sosial saat ini digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri melalui karya kreatif dan memiliki karakteristik yang berbeda bagi setiap orang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan langkah-langkah yang dilakukan oleh Asa Laily dalam membangun personal branding melalui akun Tiktok @asakecil sebagai content creator pengulas mainan. Asa menggunakan Tiktok sebagai media untuk memberikan informasi mengenai barang yang direviewnya kepada para pengikutnya melalui video-videonya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi dari unggahan Tik Tok Asa Laily. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Asa Laily menggunakan delapan konsep utama Peter Montoya. Spesialisasi adalah Asa sebagai content creator pengulas mainan. Kepemimpinan ditunjukkan dengan adanya pengakuan bahwa Asa berkompeten di bidangnya, yang terlihat dari jumlah pengikutnya. Kepribadian Asa yang menyenangkan dan ramah terhadap anak kecil menunjukkan jati dirinya, seperti kepribadiannya sehari-hari. Perbedaan antara Asa dengan content creator reviewer lainnya dapat dilihat dari gaya konten yang ditampilkan. Tampilan tersebut terlihat pada keaktifan Asa dalam mengunggah video setiap hari dan membalas komentar sebagai bentuk interaksi dengan para pengikutnya. Kesatuan antara kehidupan di media sosial dan kehidupan nyata adalah selain mengulas mainan, ia juga seorang kolektor mainan. Keteguhan personal branding yang telah dibangun telah berlangsung selama tiga tahun dan terus berlanjut. Asa menjaga nama baik dengan memberikan konten review mainan yang menghibur dan positif untuk memberikan kesan yang baik.

Kata Kunci : *Personal branding, Content Creator, Tik Tok*

ABSTRACT

Social media is currently used as a medium to express themselves through creative work and has different characteristics for each person. This study aims to describe the steps taken by Asa Laily in building personal branding through the Tiktok account @asakecil as a toy reviewer content creator. Asa uses TikTok as a medium to provide information about the items she reviews to her followers through her videos. The research method used is descriptive qualitative. The data sources in this study are interviews and documentation from Asa Laily's TikTok uploads. The results of this study show that Asa Laily uses eight main concepts of Peter Montoya. Specialization is Asa as a toy reviewer content creator. Leadership is demonstrated by the recognition that Asa is competent in her field, which is evident in the number of followers. Asa's fun and friendly personality towards young children shows her who she is, like her everyday personality. The difference between Asa and other content creator reviewers can be seen in the content style displayed. The appearance can be seen in Asa's liveliness in uploading videos daily and replying to comments as a form of interaction with her followers. The unity between life on social media and real life is that besides reviewing toys, she is also a toy collector. The constancy of personal branding that has been built has lasted for three years and is continuing. Asa maintains a good name by providing entertaining and positive toy review content to give a good impression.

Keywords : Personal branding, Content Creator, TikTok