# PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR TIKTOK @y0urcocaine DALAM KONTEN BEAUTY DI APLIKASI TIKTOK

Marsdha Pramaisella Singal Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Sella0106@gmail.com

# ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji *Personal Branding* Konten Kreator TikTok @y0urcocaine Dalam Konten *Beauty* Di Aplikasi TikTok. Personal branding di media sosial diyakini sangat efektif dalam meningkatkan reputasi karier di masa depan. Melalui personal branding, seseorang dapat mempromosikan dirinya, memungkinkan masyarakat untuk lebih mengenal keahlian yang dimilikinya. Branding sendiri merujuk pada penggunaan nama atau simbol yang membedakan individu atau produk dari pesaing, sekaligus memberikan nilai tambah bagi konsumen dan penjualnya. Pada umumnya, seorang content creator memiliki target audiens yang ingin dijangkau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam melakukan penelitian, peneliti melakukan wawancara, observasi terhadap akun TikTok @y0urcocaine serta melakukan dokumentasi yang didapat dari narasumber. Hasil penelitian yang didapat peneliti bahwa *personal branding* yang dimiliki @y0urcocaine adalah cukup baik. Ciri khas yang dimiliki @y0urcocaine berupa *honest review* yang juga membedakan dari *content creator* lain yang memiliki *niche* yang sama ialah, @y0urcocaine akan me *review* selama 7 hari dan memberi hasilnya kepada audiens. Tidak hanya ciri khas namun @y0urcocaine juga bertanggung jawab akan konten-konten yang dihasilkannya. Konsisten yang dimiliki dipengaruhi oleh mengatur jadwal serapih mungkin dan fasilitas yang mendukung agar dapat tercipta lingkungan kerja yang nyaman.

Kata Kunci : *Personal branding,* @y0urcocaine*,* konten *beauty.*

***Abstract***

*This research examines the personal branding of TikTok content creator @y0urcocaine in beauty content on the TikTok application. Personal branding on social media is believed to be highly effective in enhancing career reputation for the future. Through personal branding, individuals can promote themselves, allowing the public to recognize their skills. Branding itself refers to the use of a name or symbol that distinguishes an individual or product from competitors while providing added value for consumers and sellers. Generally, a content creator has a target audience they aim to reach. The method used in this research is descriptive qualitative. In conducting the research, the researcher conducted interviews, observations of the TikTok account @y0urcocaine, and documentation obtained from sources. The results of the research indicate that @y0urcocaine's personal branding is quite good. The characteristic feature of @y0urcocaine is honest reviews, which distinguish them from other content creators with the same niche. @y0urcocaine reviews products for seven days and then shares the results with the audience. Additionally, @y0urcocaine takes responsibility for the content produced. Consistency is maintained by organizing a meticulous schedule and having supportive facilities to create a comfortable working environment.*

*Keywords : Personal branding,* @y0urcocaine, *beauty content.*

# PENDAHULUAN

Personal branding di media sosial sangat dipercaya dapat meningkatkan reputasi karier untuk masa depan, seseorang dapat “menjual” drinya, masyarakat dapat lebih mengenal keahlian yang dimiliki. *Branding* memiliki arti berupa nama atau symbol yang dapat membedakannya dengan produk pesaing dan nilai bagi konsumen dan penjualnya.

Personal branding merupakan salah satu kegiatan mengungkapkan aktualisasi diri yang gunanya untuk membentuk citra (image).

Personal branding sangat dibutuhkan untuk dibentuk dikarenakan personal branding memiliki peran penting dikarenakan memungkinkan seseorang untuk menjadi pembeda antara dirinyaa dan orang lain, baik dalam konteks

profesional maupun pribadi. Dalam membentuk personal brandingpun sudah sepatutnya dibentuk sebaik mungkin agar konsumen terutama viewers tetap mengenal jati diri seorang konten kreator, dan semakin berjalannya waktu seseorang juga diharuskan untuk meng-upgrade personal brandingnya agar menjadi lebih baik. Dengan membangun citra yang konsisten dan positif, seseorang dapat membuka pintu untuk berbagai peluang dalam kehidupan.

Pada umumnya, seorang *content creator* pastinya memiliki target penonton atau audiens yang ingin dicapai. *Content creator* saat ini cenderung membuat konten atau membuat seputar informasi yang berhubung dengan hal-hal yang dikuasai dan disukai. Untuk menjadi seorang konten creator, kreativitas adalah modal utama dalam membuat konten. Ide- ide unik dan *antimainstream* menjadi kunci untuk menarik *followers* dan menaikkan *engagement*. Jika konten yang dibuat menarik, maka audience akan datang secara terus menerus.

Ada beberapa karakteristik yang harus diperhatikan dalam merancang *personal brand* yang kuat menurut (McNally &

Speak, 2002), yakni *personal brand* yang tidak hanya berbeda, tetapi merupakan cerminan dari ide-ide dan nilai-nilai dalam diri yang membentuk kekhasan, setelah itu ada relevan yakni apa diwakili oleh *personal brand* tersebut relevan dengan apa yang dianggap penting atau dibutuhkan oleh orang lain dan juga dalam merancang *personal brand* dibutuhkan sifat konsisten sehingga audiens dapat mengindentifikasi *personal brand* dengan mudah dan jelas.

Pada tahun 2021, TikTok mencatatkan sekitar 656 juta unduhan. Popularitas TikTok terdorong oleh pandemic Covid-

1. Sitausi pandemic ini memaksa Masyarakat untuk mencari hiburan. TikTok mendunia karena aplikasi ini menjalankan dua startegi, yang pertama adalah induknya yaitu ByteDance meluncurkan dua versi aplikasi untuk pasar Tiongkok (Douyin) dan pasar global (TikTok). Di Indonesia, TikTok menempati peringkap kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia yaitu mencapai 112.97 juta pengguna.

Dini adalah salah satu tiktokers hits Yogyakarta yang memiliki *followers*

TikTok sekitar 73.1 ribu pengikut dan konten-konten yang dimiliki oleh Dini cukup banyak beragam komentar positif yang berguna untuk meningkatkan kepopularitasan juga mendukung dalam pembuatan konten. Konten yang sering dipublikasikan yaitu berupa konten *a day in my life, beauty, décor* dan *lifestyle*. Dini adalah salah satu *content creator yang memiliki personal branding*.yang baik dan konsisten dalam mengupload konten- konten di TikTok. Konten yang diupload oleh Dini selalu berada di halaman FYP “For Your Page” terutama dalam konten *beauty*.

Dari sekian banyaknya tiktokers yang membahas tentang *beauty,* @yourc0caine adalah tiktokers yang dapat menarik para hati wanita dan juga sekaligus membantu dalam permasalahan *make up* dan *skincare*, hal yang membedakan Dini dan konten creator beauty lainnya adalah dikarenakan @yourc0caine adalah tiktokers yang akan mencoba *skincare* selama 7 hari sebelum membagikan hasilnya kepada followers. Selain dari bagaimana cara Dini mereview setiap produk dengan jujur, banyak followers Dini yang juga menyukai sifat apa adanya

seperti jika produk yang digunakan tidak memilikki kandungan yang cocok dikulitnya, maka Dini akan mengutarakan dengan blak-blakan atau berterus terang.

Di Indonesia saat ini (terkhususnya Wanita) sedang berlomba-lomba dalam memiliki penampilan yang menarik. *Beauty* tidak hanya selalu tentang *make up* namun juga tentang *skincare*. *Skincare* adalah produk perawatan wajah yang berkontak langsung dengan bagian tubuh yang akan memberikan efek bermanfaat seperti perlindungan terhadap kondisi kulit (Kumar, 2016). Dari penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti terkait bagaimana *personal branding* dari tiktokers @yourc0caine dalam konten *beauty* yang dilakukannya.

# Permasalahan dan Tujuan Kajian

Untuk mengetahui *personal branding* yang dimiliki oleh pemilik akun TikTok @y0urcocaine, maka peneliti tertarik untuk mencari tahu lebih dalam bagaimana *personal* branding TikTokers @y0urcocaine dalam konten *beauty* di aplikasi TikTok.

Penelitian ini juga bertuuan untuk mengetahui *personal branding* TikTokers

@y0urcocaine dalam konten *beauty* di aplikasi TikTok.

# Kerangka Teori

Di zaman seperti saat ini, pencitraan merupakan hal penting dalam membentuk identitas diri seseorang. Pencitran seseorang terbentuk dari bagaimana ia berpenampilan, bersikap, dan bagaimana ia berinteraksi dengan lingkungan. Dengan semakin berkembangnya teknologi di kehidupan masyakarat terutama sosial media, menjadikan masyarakat dari berbagai kalangan untuk membutuhkan pembentukan branding diri melalui komunikasi virtual.

Pembentukan diri ini atau *personal branding* sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai penunjuk identitas diri atau jati diri. Untuk kebutuhan sosial dan professional, seseorang yang memiliki akun diharuskan untuk menampilkan hal- hal yang sesuai dengan keahliannya dan akan diperlihatkan kepada khalayak banyak sehingga pencitraan diri akan semakin terbentuk. Tidak hanya keahlian, namun seorang pemiliki akun juga dapat menunjukkan aktivitas atau karya yang kreatif di ruang public.

Personal branding adalah hal yang diperlukan setiap orang dalam membangun dan mengelola citra diri yang konsisten dan menguntungkan. Hal ini mencakup berbagai tindakan konkret yang dapat diambil individu untuk memperkuat dan mempromosikan identitas dan reputasi dalam konteks profesional maupun pribadi.

Memiliki personal branding yang baik merupakan cara setiap individu mengelola strategi secara efektif dan juga konsisten dalam mempromosikan diri kepada audiens (Dinata & Aulia, 2022). Fungsi dari personal branding sendiri yaitu:

* 1. Membangun identitas: Personal branding membantu seseorang untuk mengidentifikasi dan mengartikulasikan nilai-nilai, keahlian, dan karakteristik yang unik, sehingga hal tersebut dapat menjadi pembeda antara satu orang dengan orang lainnya.
	2. Membangun reputasi: Melalui personal branding, seseorang dapat membangun reputasi yang kuat sesuai pada bidang. Hal ini dapat membantu seseorang dikenal

sebagai ahli dalam suatu bidang atau sebagai seseorang yang memiliki kredibilitas terhadap bidang tersebut.

* 1. Meningkatkan karir: Personal branding dapat membantu seseorang dalam mendapatkan peluang karir yang lebih baik.
	2. Menarik pelanggan/klien: Dalam hal bisnis, personal branding dapat membantu dalam menaikkan kepercayaan dengan calon pelanggan. Seseorang yang memiliki personal brand yang kuat dapat membuat calon pelanggan merasa yakin untuk bekerja sama.
	3. Mengarahkan pencapaian tujuan: dengan memiliki personal branding yang jelas, seseorang dapat fokus pada pencapaian tujuan-tujuan yang spesifik. Personal branding membantu dalam menentukan arah dan memabntu dalam mengatur strategi untuk mencapai kesusksesan seperti yang diinginkan.

Komponen-komponen yang termasuk dalam personal branding yaitu:

* + 1. Menetapkan tujuan dan nilai demi tujuan karir dan nilai-nilai yang ingin ditampilkan melalui personal branding.
		2. Membuat konten yang berkualitas dan relevan yang sesuai dengan tujuan serta nilai personal branding yang dimiliki.
		3. Melakukan komunikasi secara konsisten tentang diri baik melalui tulisan ataupun intreraksi secara langsung.

Saat ini konten *beauty* menjadi salah satu trend yang sangat menarik. Hal ini dikarenakan banyak sekali wanita-wanita yang sangat ingin untuk menjaga penampilan terutama kecantikan. Menjadi seorang *Beauty vlogger* harus aktif dalam mengunggah video yang menarik seperti *make up tutorial, review product,* atau *skincare*. Untuk membantu konsumen dalam meninjau atau menilai produk kosmetik sebelum membelinya, banyak beuaty content creator yang bermunculan di sosial media. Mereka adalah individu atau kelompok yang membuuat vlog (video log) yang berfokus pada topik kecantikan, memberikan referensi produk kepada para wanita.

Perawatan kulit wajah merupakan aspek yang signifikan bagi sebagian besar Masyarakat Indonesia. Indonesia dikenal sebagai pasar yang besar dalam industry kecantikan, terutama dalam perawatan kulit. Tak hanya perawatan kulit, namun mempercantik wajah dalam merias wajah (*make up)* juga telah menjadi salah satu hal yang penting bagi wanita. (Cahyani & Aulia, 2023)

Adapun kajian definisi dari McNally & Speak bahwa terdapat 3 komponen alur yaitu ciri khas (distinctive), relevan (relevant), konsisten (consistent). Sehingga dirumuskan sebagai berikut:

1. Ciri Khas

Memiliki ciri khas *personal brand* yang merupakan cerminan dari ide-ide dan nilai-nilai dalam diri yang membentuk ciri khas yang unik dan berbeda. Brand akan menjadi kuat disaat seseorang mulai untuk percaya dan kemudian berkomitmen untuk menjalani apa yang dipercayai. Untuk mengetahui apa yang dimaksudkan dengan ciri khas yaitu dengan belajar bagaimana cara mengimplikasikannya daripada

mencari perbedaan dan ciri khas yang dimiliki lebih ditonjolkan.

1. Relevan

Yaitu sebagai *personal brand* yang dianggap penting atau dibutuhkan oleh orang. Mempunyai ciri khas yang berbeda dengan orang lain bukan satu-satunya hal yang penting bagi orang lain, namun apa yang kita usahakan harus relevan bagi orang lain.

1. Konsisten

*Personal brand* yang dibuat secara terus menerus sehingga audiens atau penonton dapat mengidentifikasi atau mengetahui *personal branding* seseorang dengan mudah dan jelas. Konsisten adalah tanda sebagai hal yang terkuat disebuah brand. Untuk sebuah brand, seseorang hanya akan mendapatkan kredit (pengetahuan, penerimaan, atau pengakuan dari orang lain) atas apa yang telah dilakukan secara konsisten.

# Metode Penelitian

Paradigma adalah pandangan fundamental tentang apa yang menjadi

pokok persoalan dalam ilmu pengetahuan. Paradigma membantu merumuskan apa yang harus dipelajari, kumpulan pertanyaan yang semestinya dijawab, bagaimana petanyaan tersebut diajukan, dan aturan apa saja yang harus diikuti dalam mendapatkan jawaban yang diperoleh. Penelitian pada dasarnya adalah sarana untuk mengungkapkan kebenaran atau untuk menguatkan pemahaman terhadap kebenaran. Upaya untuk mencapai pemahaman yang benar dapat dilakukan oleh berbagai individu, termasuk filsuf, peneliti, dan praktisi, melalui beragam model atau pendekatan.

Ada beragam paradigma dalam ilmu pengetahuan, namun yang paling dominan adalah *scientific paradigm* (paradigma ilmiah) dan *naturalistic paradigm* (paradigma alamiah). Paradigma ilmiah sendiri berasal dari perspektif positivisme, sementara paradigma alamiah didasarkan pada pandangan post-positivisme. Penelitian yang digunakan peneliti yaitu dengan mengumpulkan data dengan teknik observasi dan wawancara untuk memperoleh data-data yang jelas dan terperinci dengan menganalisis *Personal Branding Tiktokers @y0urcocaine Dalam konten beauty di aplikasi TikTok.*

Landasan berpikir dalam penelitian kualitatif ini menggunakan teori Sugiyono, yang dimana jenis penelitian kualitatif sangat cocok untuk memahami tentang fenomena sosial dari perspektif partisipan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi. Pendekatan fenomenologi ini berusaha untuk memahami peristiwa juga interaksi pada orang-orang dalam situasi tertentu.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dimana penulis akan melakukan observasi serta wawancara terhadap narasumber. Metode penelitian kualitatif adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta, atau realita. Fakta, realita, masalah, gejala, serta peristiwa hanya dapat dipahami bila peneliti melakukan penelusuran secara mendalam dan tidak hanya terbatas pada pandangan di permukaan saja.

# Hasil Pembahasan



*Figure 1 Akun TikTok Dini*

Dini adalah salah satu tiktokers hits Yogyakarta yang memiliki *followers* TikTok sekitar 73.1 ribu pengikut, video pertama yang dibuat oleh Dini yaitu pada tanggal 11 April 2020 dan konten mengenai beauty pertama kali diupload pada tanggal 11 Oktober 2021. Konten- konten yang dimiliki oleh Dini cukup banyak memiliki beragam komentar positif yang berguna untuk meningkatkan kepopularitasan juga mendukung dalam pembuatan konten. Konten yang sering dipublikasikan yaitu berupa konten *a day in my life, beauty, décor* dan *lifestyle*. Dini adalah salah satu *content creator yang memiliki personal branding*.yang baik dan

konsisten dalam mengupload konten- konten di TikTok. Konten yang diupload oleh Dini selalu berada di halaman FYP “For Your Page” terutama dalam konten *beauty*.

Di Indonesia saat ini (terkhususnya Wanita) sedang berlomba-lomba dalam memiliki penampilan yang menarik. *Beauty* tidak hanya selalu tentang *make up* namun juga tentang *skincare*. *Skincare* adalah produk perawatan wajah yang berkontak langsung dengan bagian tubuh yang akan memberikan efek bermanfaat seperti perlindungan terhadap kondisi kulit (Kumar, 2016). Dari sekian banyaknya tiktokers yang membahas tentang *beauty,* @yourc0caine adalah tiktokers yang dapat menarik para hati wanita dan juga sekaligus membantu dalam permasalahan *make up* dan *skincare*.

Pada bab ini penulis akan memaparkan data-data yang diperoleh menjadi output berdasarkan penelitian yang selama ini telah dilakukan. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara dan juga dokumentasi. melalui metode observasi, penulis mengumpulkan

data dengan cara memperhatikan dan mencatat informasi yang telah diperoleh melalui penglihatan dan pendengaran. Observasi juga didukung menggunakan data-data dokumentasi yang diperoleh penulis berdasarkan internet, perpustakaan, perpustakaan online, buku dan narasumber.

Komunikasi akan menjadi landasan dan acuan untuk menjawab rumusan kasus yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Untuk menganalisis terkait dengan tema yang dibuat penulis, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dengan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisa data milik Miles Huberman, dan menganalisa dengan menggunakan komponen dari McNally & Speak. Adapun komponen dari McNally & Speak yakni ciri khas (*distinctive*), relevan (*relevant*), konsisten (*consistent*).

1. Ciri Khas

Ciri khas harus dibangun dari kepribadian sejati dan harus mencerminkan karakter, perilaku, nilai, serta visi seseorang. Karakter dan nilai yang dibawa oleh Dini tercermin lewat konten yang

diunggah. Dini memiliki karakter tersendiri yang membedakan dengan *content creator* lain, yaitu selain memberikan konten video dengan *honest review*, Dini juga tau bagaimana cara mereview produk tanpa menjatuhkan *brand* yang di review. Karakter yang dibawakan oleh Dini pun tidak dibuat-buat dan dipandang apa adanya oleh para audiens. Selain memberikan review jujur, yang membedakan Dini dengan orang lain ialah dari durasi video yang dibawakan, jika orang lain membawakan video dengan singkat padat jelas, maka Dini akan membawakan review tersebut secara jelas dan detail karena Dini percaya apa yang dikerjakan menyangkut penampilan diri maka harus dibawakan se detail mungkin.

* 1. Honest Review

Selalu mereview dengan jujur tanpa harus menjatuhkan *brand* dan lebih memberikan kritik kepada *brand* yang membuat Dini menjadi

*content creator* yang dipercaya oleh audiens dalam memberikan

beberapa rekomendasi *skincare* dan *make up* kepada audiens.

* 1. Durasi

Dengan menjadi *content creator*, memperhatikan waktu seperti durasi menjadi salah satu ciri yang membedakan Dini dengan *content creator* lain yang memiliki *passion* atau *niche* yang sama. Jika *content creator* lain akan menjelaskan produk yang direview dalam satu video singkat, maka Dini lebih memilih untuk membuat 3- 4 video yang berisi tentang penjelasan produk yang direview khusus untuk video *no sponsor* dan membuat video selama 4-5 menit lamanya untuk video *sponsor*.

1. Penampilan

Penampilan menjadi salah satu hal yang penting bagi setiap orang, begitupun dengan Dini, memiliki penampilan yang mudah dikenal seperti sering memakai baju gelap, walaupun tidak selalu mengenakan pakaian hitam, namun *outfit* yang digunakan selalu berwarna gelap seperti *navy, army, coklta tua,* dan lain-lain. Selain mengenakan pakaian gelap, Dini juga terlihat sering memakai *make up* dengan *looks* yang *bold*. Disaat ingin memakai pakaian santai, Dini juga sangat senang memakai bando yang akan membuat Dini terlihat lebih *feminine*. Hal ini menjadikan Dini lebih nyaman dan lebih leluasa dalam menjalankan pekerjaan yang dijalani sebagai *content creator*.

1. Gaya Bicara

Memiliki gaya bicara yang tegas dan persuasif membuat Dini menjadi *conent creator* yang terlihat berwibawa dan menjadi *content creator* yang dipercaya, hal ini dikarenakan pembawaan gaya bicara yang dimiliki dan ekspresi wajah yang tegas membuat Dini terlihat menjanjikan dan sangat meyakinkan sehingga banyak audiens yang dapat menaruh kepercayaan kepada Dini dalam mereview produk untuk di *sharing*kan kepada audiens.

1. Tagline

Dengan memiliki tagline, seseorang dapat membuat audiens memiliki rasa aman dan percaya. Hal ini juga memberikan kesempatan untuk

menyampaikan pesan utama atau nilai iti yang dimiliki dengan cara yang

singkat dan menarik. Dengan Dini yang memiliki tagline terispirasi dari Tasya Farasya membantu audiens memahami apa yang ditawarkan oleh Dini dengan cepat.

1. Relevan

Banyak pengguna TikTok akan lebih menyukai konten-konten positif dan inspiratif dengan cara memberi informasi kedalam video yang diunggah. *Platform* media sosial TikTok menjadi salah satu peluang penting dalam bisnis, menaikkan *engagement*, membentuk *personal branding* dan mendapatkan *viewers* serta *likes* terbanyak. Dalam membuat konten video TikTok seperti yang dilakukan oleh Dini harus adanya konsisten dan juga relevan. Seorang *content creator* harus selalu memperhatikan komentar dan selalu meriset apa saja yang sedang menjadi *trend* di sosieal media.

*Followers* yang bertambah disetiap harinya membuat Dini

semakin meng *improve* diri menjadi lebih baik lagi dalam memberikn konten-konten, memperhatikan isi komentar yang diberi oleh audiens juga menjadi hal yang penting dalam mengetahui apa yang disukai oleh audiens. Namun karena perubahan lagoritma TikTok yang cukup cepat, maka Dini harus memutar otak dengan cara membuat 3 video sekaligus dan diakhir nanti akan ditinjau lebih, mana video yang lebih banyak mendapat perhatian.

Selain itu, *feedback* merupakan hal yang penting bagi setiap *content creator*, hal ini dapat dijadikan bahan untuk terus memperbaiki diri agar *personal branding* yang dimiliki pun semakin meningkat. Mencari hal yang relevan dalam membuat konten TikTok dapat membantu *content creator* memahami apa yang diinginkan oleh audiens bahkan *content creator* dapat membuat konten yang lebih menarik dan relevan.

1. Tema

Menjadi seorang content creator memerlukan penentuan tema yang jelas dan konsisten. Ini penting untuk memastikan bahwa konten yang dibuat tetap terfokus dan sesuai dengan rencana awal, sehingga tidak menyimpang dari konsep yang telah ditetapkan. Dalam menentukan temanya, Dini terinspirasi oleh content creator luar negeri yang menurutnya memiliki karakteristik yang selaras dengan dirinya.

1. Produk

Pemilihan brand produk untuk endorse sangat penting bagi Dini. Beberapa jenis brand tidak diterima karena produk yang ditolak tidak sesuai dengan kebutuhan kulit Dini yang tidak rawan jerawat (no acne prone). Untuk saat ini produk yang diterima oleh Dini yaitu

produk *brightening* (pencerah), *anti aging* (anti penuaan dini), *Exfoliate* (Pengelupasan), dan *hydrating* (hidrasi).

1. Pendidikan

Meskipun Dini tidak memiliki pendidikan formal dalam bidang kecantikan, kecintaannya dan keahlian yang dimilikinya dalam bidang tersebut telah

mendorongnya untuk mengubah hobinya menjadi sumber mata pencaharian sebagai beauty creator.

1. Konsisten

Untuk menjadi seorang *content creator,* proses adalah menjadi kunci kesuksesan dalam berkarir, tanpa proses dan usaha, seseorang tidak akan dapat membuahkan hasil yang baik. Kendala bagi seorang *content creator* adalah mengalami kehabisan inspirasi untuk membuat konten, namun bagi Dini, inspirasi bisa didapatkan darimana saja asal mau rajin untuk

meriset. Memiliki konsisten terhadap membuat suatu konten menciptakan kepercayaan pada audiens karena ketika audiens tahu bahwa mereka bisa mengharapkan konten baru pada jadwal yang telah ditentukan oleh *content creator*.

Untuk memastikan diri tetap konsisten, waktu tidak hanya menjadi penentu, namun konsisten terhadap gaya dan kualitas juga menjadi daya tarik bagi audiens dalam memiliki *content creator* favorit. Seorang *content creator* harus terus meningkatkan tingkat editing yang menarik agar audiens tetap stabil dan tertarik. Selain meningkatkan tingkat konsisten branding pada platform TikTok, Dini juga bertanggung jawab dalam pembuatan dan memberi review pada produk-produk yang dimiliki.

* 1. Device

Menjaga konsistensi gaya dan kualitas konten sangat penting karena memiliki dampak langsung pada keberhasilan dan

pertumbuhan akun.

Konsistensi dalam konten membantu membangun kepercayaan dengan audiens. Ketika audiens tahu mereka bisa mengharapkan konten baru pada jadwal tertentu, mereka lebih cenderung untuk kembali dan tetap terlibat.

* 1. Gaya

Memiliki kualitas dan gaya yang khas membuat audiens lebih mudah mengenal *content creator* dan yang pasti untuk meningkatkan kualitas seorang *content creator* harus belajar bagiamana caranya mengimprove tingkat editing yang menarik agar audiens tetap tertarik. Selain meningkatkan kualitas dan gaya, *content creator* Dini juga harus

mempertahankan konsistensi branding di platform TikTok yang dimiliki, tidak hanya

relevan tapi juga etis dan bertanggung jawab terhadap konten-konten yang dibuat terkhususnya konten *beauty*.

* 1. Feedback

Feedback memainkan peran vital di berbagai aspek kehidupan, termasuk di pendidikan, karier, dan kehidupan pribadi. Dengan feedback yang konstruktif, individu dapat lebih memahami kekuatan dan kelemahan mereka, serta memperbaiki area yang perlu ditingkatkan. Penulis juga menanyakan kepada subjek tentang respons audiens terhadap review produk yang dibuat Dini di akun TikTok-nya, serta strategi yang digunakan untuk menjaga interaksi yang stabil.

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

*Personal branding* yang dibentuk oleh @y0urcocaine dari konten *beauty* berjalan dengan baik dan mengalami peningkatan, *personal branding* yang dimiliki tidak hanya sekedar ciri khas me *review* produk khususnya *skincare* selama

7 hari, namun juga mencoba *make up* secara langsung dan menampilaknnya kepada audiens. Konten-konten yang dibawa selalu relevan satu sama lain dan pentingnya konsisten dalam menjadi *content creator*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan yang telah peneliti analisis, memperlihatkan bahwa ada beberapa faktor yang menjadi pendukung adalah (1) ciri khas yang harus terus di *upgrade* agar menjadi lebih baik agar mendapatkan nilai positif dari audiens. (2) Rajin mencari inspirasi dan juga (3) konsisten dalam hal apa saja yang harus selalu diperhatikan agar dapat tertib dan disiplin dalam bekerja.

Sedangkan yang menjadi faktor penghambat yaitu (1) algoritma TikTok yang selalu berubah dengan cepat sehingga *content creator* kewalahan dalam menentukan ide. (2) Akun-akun *buzzer* yang bisa menurunkan *engagement* seperti

kontra terhadap *content creator* dan juga

(3) kualitas video yang harus terus meningkat menjadikan *content creator* harus memiliki *device* yang bagus.

# Daftar Pustaka

Ayu Rizaty, M. (2022). TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021. In *Databokskatadata.Co.Id* (p. 1).

Cahyani, G., & Aulia, P. (2023). Pengaruh Konten Marketing Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty (Studi Kasus Pada Konsumen Camille Beauty di Kota Bandung).

Dinata, C., & Aulia, S. (2022). Analisis Personal Branding Content Creator TikTok @claramonica.

Girsang, R. M., Napitu, R., & Bahrainy, I. (2020). Pengaruh Konten Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Brand Image Produk Kosmetik Wardah.

Kumar, V. (2016). Perspective of Natural Products in Skincare.

McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *Be Your Own Brand: A breakthrough formula for standing out from the crowd*.

Octavia Isroissholikhah, W. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital.

Rohaeni, H., Hikmah, A. S., & Rahmayani, R. (2018). Be Good Atittude Dalam Berpenampilan Pada UMKM “Mang Piat” Kabupaten Bandung Barat.

Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (F. Maharani (ed.)). PT Kanisius Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia).

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta).

Sudarsono, B. (2017). Memahami Dokumentasi.

Sukmi, S. N. (2016). ( Telaah Pemikiran Holmes tentang Komunikasi , Teknologi dan Masyarakat ) Oleh : *Penelitian Sosial*, *4*(1), 1–23.