

## ABSTRAK

**Salsabila Zakiyah:** *Personal Branding* Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif pada Akun *TikTok* @Jihanmndaa)

Media sosial merupakan salah satu bagian dari perkembangan media baru atau biasa disebut dengan *new media*. Media sosial digunakan oleh berbagai kalangan. Banyak manfaat dari penggunaan media sosial, dan salah satunya adalah untuk membangun *personal branding*. Banyaknya pengguna media sosial khususnya *TikTok* untuk membangun *personal branding*, salah satunya adalah seorang *beauty content creator* yaitu Jihan Amanda.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakter Jihan dalam konsep tiga pembentukan *personal branding* yang dibentuk Peter Montoya, yaitu Pertama *The Law of Specialization* (Spesialisasi), Kedua *The Law of Visibility* (Kenampakan), dan Ketiga *The Law of Personality* (Kepribadian).

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan cara interpretif, metode kualitatif deskriptif menggunakan data primer dan sekunder, dan paradigma konstruktivisme. Dilakukannya observasi, wawancara mendalam dalam penelitian ini.

Hasil temuan dari penelitian yang dilakukan adalah Jihan telah memenuhi konsep pembentukan *personal branding* Peter Montoya, yaitu: *The Law of Specialization* (Spesialisasi) Jihan yang produktif dan konsisten, *The Law of Visibility* (Kenampakan) Jihan yang menarik, *up to date* juga *public speaking* yang menarik, dan *The Law of Personality* (Kepribadian) Jihan yang interaktif, *friendly*, juga rendah hati.

**Kata Kunci:** *Personal Branding, TikTok, Jihan.*

## **ABSTRACT**

**Salsabila Zakiyah:** *Personal Branding through Social Media (Descriptive Study on @Jihanmndaa TikTok Account)*

*Social media is one part of the development of new media or commonly referred to as new media. Social media used by various groups. There are many benefits from using social media, and one of them is to build personal branding. The number of social media users, especially TikTok to build personal branding, one of which is a beauty content creator, Jihan Amanda.*

*This research was conducted to find out how Jihan's character in the concept of three personal branding formations formed by Peter Montoya, Firstly The Law of Specialization, Secondly The Law of Visibility, and Thirdly The Law of Personality.*

*In this research, the approach used is a qualitative approach in an interpretive way, a descriptive qualitative method using primary and secondary data, and a constructivism paradigm. Observation, in-depth interviews were conducted in this study.*

*The findings of the research conducted are that Jihan has fulfilled Peter Montoya's concept of personal branding formation, namely: The Law of Specialization (Specialization) Jihan who is productive and consistent, The Law of Visibility (Appearance) Jihan who is attractive, up to date as well as interesting public speaking, and The Law of Personality (Personality) Jihan who is interactive, friendly, and humble.*

**Keywords:** *Personal Branding, TikTok, Jihan.*