

ABSTRACT

The development of social media has transformed digital platforms into spaces where individuals can build and present their self-image to the public. TikTok is not only used as a medium for entertainment and communication, but is also utilized by influencers to build personal branding through consistently presented content. Shasa Zhanian is a lifestyle influencer who actively shares content related to lifestyle, daily activities, and feminine characteristics through her TikTok account @_shasz. Her consistency in presenting her character, communication style, visual identity, and lifestyle is an interesting phenomenon to examine in understanding personal branding strategies on social media. This research aims to identify and analyze Shasa Zhanian's personal branding strategy as a lifestyle influencer through the TikTok application. This research uses a qualitative method with a virtual ethnography approach. Data were collected through virtual observation of the TikTok account @_shasz, in-depth interviews with six informants consisting of one expert informant and five supporting informants, and documentation. The informants were selected using purposive sampling. The data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that Shasa Zhanian's personal branding strategy is built through three elements of Online Personal Branding proposed by Ryan Frischmann, namely Skill Set, Aura, and Identity. In terms of Skill Set, Shasa demonstrates the ability to develop creative content ideas, deliver content clearly, and present lifestyle content attractively. In terms of Aura, Shasa presents an elegant, feminine, aesthetic, and well-organized image through her appearance, communication style, and visual presentation. Meanwhile, in terms of Identity, Shasa builds a distinctive identity through consistency in her content, lifestyle, fashion style, and interaction with her audience. These three elements are interconnected and contribute to forming a distinctive, consistent, and recognizable personal brand as a lifestyle influencer on TikTok.

Keywords: Personal Branding, Lifestyle Influencer, TikTok, Virtual Ethnography, Skill Set, Aura, Identity.

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah menjadikan platform digital sebagai ruang bagi individu untuk membangun dan menampilkan citra diri kepada publik. TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan dan komunikasi, tetapi juga dimanfaatkan oleh influencer untuk membangun personal branding melalui konten yang ditampilkan secara konsisten. Shasa Zhanian merupakan lifestyle influencer yang aktif membagikan konten mengenai lifestyle, aktivitas sehari-hari, dan karakter feminin melalui akun TikTok @_shasz. Konsistensi dalam menampilkan karakter, gaya komunikasi, visual, dan lifestyle tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji dalam melihat strategi personal branding di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi personal branding Shasa Zhanian sebagai lifestyle influencer melalui aplikasi TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi virtual terhadap akun TikTok @_shasz, wawancara mendalam dengan enam orang informan yang terdiri dari satu informan ahli dan lima informan pendukung, serta studi dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi personal branding Shasa Zhanian dibangun melalui tiga elemen Online Personal Branding menurut Ryan Frischmann, yaitu Skill Set, Aura, dan Identity. Pada aspek Skill Set, Shasa menunjukkan kemampuan dalam mengembangkan ide konten secara kreatif, menyampaikan konten dengan jelas, serta mengemas konten lifestyle secara menarik. Pada aspek Aura, Shasa menampilkan citra yang anggun, feminin, estetik, dan tertata melalui penampilan, gaya komunikasi, serta penyajian visual. Sementara itu, pada aspek Identity, Shasa membangun identitas yang khas melalui konsistensi konten, lifestyle, gaya berpakaian, dan interaksi dengan audiens. Ketiga elemen tersebut saling berkaitan dan berperan dalam membentuk personal brand yang khas, konsisten, dan mudah dikenali sebagai lifestyle influencer di TikTok.

Kata Kunci: Personal Branding, Lifestyle Influencer, TikTok, Etnografi Virtual, Skill Set, Aura, Identity.

RINGKESAN

Kamajuan média sosial geus ngajadikeun platform digital jadi rohangan pikeun individu dina ngawangun jeung mintonkeun citra dirina ka masarakat. TikTok henteu ngan saukur dipaké minangka média hiburan jeung komunikasi, tapi ogé dimangpaatkeun ku influencer pikeun ngawangun personal branding ngaliwatan kontén anu dipidangkeun sacara konsisten. Shasa Zhanía mangrupa lifestyle influencer anu aktip ngabagikeun kontén ngeunaan lifestyle, kagiatan sapopoé, jeung karakter feminin ngaliwatan akun TikTok @_shasz. Konsistensi dina mintonkeun karakter, gaya komunikasi, visual, jeung lifestyle jadi hiji fenomena anu pikaresepeun pikeun ditalungtik dina ningali strategi personal branding dina média sosial. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho jeung nganalisis strategi personal branding Shasa Zhanía salaku lifestyle influencer ngaliwatan aplikasi TikTok. Ieu panalungtikan ngagunakeun métode kualitatif kalayan pamarekan étnografi virtual. Téhnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ngaliwatan observasi virtual kana akun TikTok @_shasz, wawancara sacara jero ka genep informan anu ngawengku hiji informan ahli jeung lima informan pangrojong, sarta studi dokuméntasi. Informan dipilih ngagunakeun téhnik purposive sampling. Data dianalisis ngaliwatan tahapan réduksi data, penyajian data, jeung narik kacindekan. Hasil panalungtikan némbongkeun yén strategi personal branding Shasa Zhanía diwangun ngaliwatan tilu unsur Online Personal Branding nurutkeun Ryan Frischmann, nyaéta Skill Set, Aura, jeung Identity. Dina aspék Skill Set, Shasa némbongkeun kamampuh dina mekarkeun ideu kontén sacara kréatif, nepikeun kontén kalayan écés, sarta ngarangkay kontén lifestyle sangkan pikaresepeun. Dina aspék Aura, Shasa mintonkeun citra anu anggun, feminin, éstétik, jeung tartib ngaliwatan penampilan, gaya komunikasi, sarta penyajian visual. Sedengkeun dina aspék Identity, Shasa ngawangun idéntitas anu has ngaliwatan konsistensi kontén, lifestyle, gaya pakéan, jeung interaksi jeung audiens. Katilu unsur éta silih patali sarta miboga peran dina ngawangun personal brand anu has, konsisten, jeung gampang dipikawanoh salaku lifestyle influencer dina TikTok.

Kecap Konci: Personal Branding, Lifestyle Influencer, TikTok, Étnografi Virtual, Skill Set, Aura, Identity.