

Analisis *Personal Branding* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di TikTok

Vinessa Irene Kusuma¹, Sinta Paramita^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: vinessa.915200189@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: sintap@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

Abstract

In the era of digitalization, the internet, and social media are not only used for communication but have a big impact in various fields. One of the social media platforms that is currently developing very rapidly is TikTok where users can enjoy and make short videos. Every content creator on social media who wants to create content must have personal branding so that it can adapt to other people's perceptions and build trust with the audience. The purpose of this research is to find out how Erika Richardo's personal branding on Tiktok attracts Brand Awareness By Painters. The theoretical concepts used are the eight forms of personal branding according to Peter Montoya, namely, specialization, leadership, personality, difference, visibility, unity, steadfastness, and good name. Qualitative research methods were used in this research. Data collection was carried out using observation and interview techniques with 5 research respondents. The research results obtained were that to become a content creator you need to understand the concept of personal branding. From the 8 concepts explained by Peter Montoya, it was found that Erika applied 7 concepts in creating her content.

Keywords: *brand awareness, personal branding, TikTok*

Abstrak

Di era digitalisasi, internet dan media sosial tidak hanya digunakan untuk sebatas berkomunikasi melainkan memiliki dampak besar di berbagai bidang. Salah satu platform media sosial yang saat ini berkembang begitu pesat adalah TikTok dimana penggunaannya dapat menikmati dan membuat video singkat. Setiap konten kreator di media sosial yang ingin membuat sebuah konten harus memiliki *personal branding* agar dapat menyesuaikan persepsi orang lain dan membangun kepercayaan kepada khalayak. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *Personal Branding* Erika Richardo di Tiktok dalam menarik *Brand Awareness by painters*. Konsep teori yang digunakan yaitu delapan pembentuk *personal branding* menurut Peter Montoya yaitu, spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan data dilakukan menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan 5 responden penelitian. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu menjadi seorang konten kreator perlu memahami adanya konsep *personal branding* dari 8 konsep yang dipaparkan oleh Peter Montoya ditemukan bahwa Erika menerapkan 7 konsep *personal branding* di dalam pembuatan kontennya.

Kata Kunci: kesadaran merek, *personal branding*, TikTok

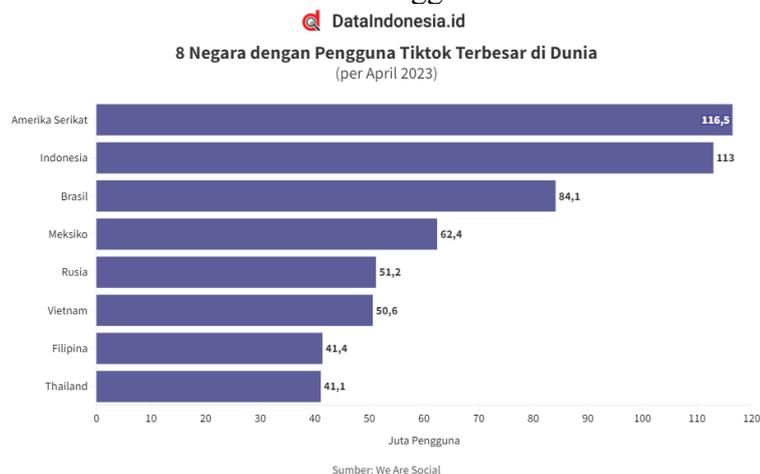
1. Pendahuluan

Saat ini perkembangan media sosial begitu pesat dan beragam selain itu popularitas media sosial semakin berkembang dari tahun ke tahun. Media sosial adalah sebuah *platform* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten dan berkomunikasi secara *online*. Selain itu media sosial juga memainkan peran penting dalam memfasilitasi pertukaran informasi, ide dan pandangan. Menurut (Ardiansah & Maharani, 2020) media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah yang digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran. Perkembangan, teknologi internet saat ini semakin marak dan menjadi sebuah kebutuhan utama bagi masyarakat hal inilah yang melahirkan media sosial.

Salah satu *platform* media sosial yang saat ini berkembang begitu pesat dan digunakan banyak orang untuk mencari hal *trending* adalah TikTok. TikTok merupakan sebuah aplikasi media sosial yang dimana pengguna untuk membuat, mengedit dan berbagi video pendek. Pengguna dapat membuat video dengan berbagai macam konten dimulai dari konten komedi, pendidikan, seni dan masih banyak lagi. *Platform* ini juga menyediakan berbagai alat pengeditan yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan fitur pendukung seperti musik, filter, efek visual, dan teks ke dalam video mereka (Winarso, 2021).

Menurut lembaga survei asal London 'We Are Social' pada April 2023 TikTok berada di posisi kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh penduduk Indonesia.

Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Tiktok di Indonesia



Sumber: DataIndonesia.id

Melihat pertumbuhan aplikasi TikTok yang berkembang begitu pesat tidak heran jika saat ini TikTok digunakan sebagai aplikasi untuk berjualan dikarenakan TikTok sendiri juga menyediakan fitur bagi para pengguna-nya yang ingin membangun bisnis oleh karena itu setiap individu berusaha untuk membuat inovasi dan strategi pemasaran yang menarik. Berdasarkan tabel diatas menurut 'We Are Social' kepopuleran TikTok di Indonesia tidak dapat dipungkiri lagi. Dalam waktu yang cukup singkat TikTok dapat menciptakan sebuah tren atau topik perbincangan yang hangat di media massa. Banyak manfaat yang bisa kita dapat dari tiktok seperti menambah

wawasan pengetahuan dan menjadi orang yang cukup *update* dalam perbincangan terkini. Namun, perlu disadari tiktok juga memiliki dampak negatif yaitu seseorang yang menggunakan aplikasi tiktok terutama untuk anak-anak diantaranya seringkali mengucapkan kata kasar terhadap lawan bicaranya dan bahkan mengikuti berpakaian yang kurang pantas untuk ditiru oleh anak usia sekolah (Hessanti, 2022).

Pada awalnya aplikasi tiktok hanya digunakan sebagai media hiburan yang dikemas dalam video pendek namun kini aplikasi tiktok semakin berkembang dan digunakan sebagai media untuk berbagi konten yang beragam seperti konten edukasi, konten interaktif, konten promosi, konten inspirasi dan konten *entertaining*. Pengguna di tiktok biasanya memposting tentang minat yang mereka sukai dan mudah bagi mereka untuk terhubung dengan orang-orang yang ingin melihat konten tersebut selain itu dengan adanya algoritma tiktok siapa saja dapat menjadi konten kreator sesuai dengan target *audiensnya* jika konten kreator tersebut semakin populer maka mereka akan dengan cepat dan mudah menciptakan hubungan nyata dengan orang-orang yang mengikuti atau melihat video mereka. Semakin banyak orang merasa terhubung dengan seseorang maka semakin besar kemungkinan mereka mempercayai orang tersebut oleh karena itu setiap pengguna media sosial yang ingin membuat konten harus memiliki *personal branding* agar dapat menyesuaikan persepsi orang lain dan membangun kepercayaan karena *personal branding* sendiri merupakan ciri khas dari seorang konten kreator agar mudah diidentifikasi dan menarik perhatian masyarakat (Loveita, 2023).

Personal Branding adalah suatu proses ketika seseorang menggunakan dirinya atau karirnya sebagai merek (*brand*), memasarkan dirinya pada orang lain secara sistematis, sekaligus menarik persepsi publik secara aktif (Johnson, 2017). Menurut cashlez.com seorang konten kreator yang telah berhasil mendirikan *personal brandingnya* maka dapat membangun sebuah *brand awareness* yang efektif. Salah satu konten kreator tiktok yang suka membagikan konten interaktif dengan *audiensnya* adalah Erika Richardo. Erika Richardo merupakan konten kreator TikTok sekaligus pelukis muda yang terkenal karena dirinya sering membagikan konten melukis yang unik. Dengan bakatnya Erika dapat membangun sebuah bisnis yang dikombinasikan dengan seni yaitu sebuah *painting kit* yang diberi nama '*by.painters*'. Tujuannya adalah agar pembeli dapat mencoba melukis dengan bantuan arah selain itu Erika juga menjadi panutan anak bangsa agar generasi muda dapat selalu untuk berinovasi. Erika Richardo sendiri memiliki pengikut sebanyak 12,4 juta dengan jumlah *likes* sebanyak 564,3 juta. Konten dan postingan yang sering dipublikasikan adalah seni lukis.

Adapun berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis *Personal Branding* akun Erika Richardo di TikTok dalam meningkatkan *Brand Awareness by.painters*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *Personal Branding* Erika Richardo di TikTok dalam menarik *Brand Awareness by.painters*.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus atau penelitian lapangan. Pada dasarnya penelitian studi kasus merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui suatu hal secara mendalam oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode studi kasus untuk mengungkapkan kekuatan *personal*

branding yang dimiliki oleh seorang *influencer* tiktok yaitu Erika Richardo dalam menarik *brand awareness* terhadap bisnis yang dibangunnya yaitu *by.painters*.

Subjek dari penelitian ini adalah menganalisis konten media sosial TikTok Erika Richardo lalu objek penelitian adalah suatu gambaran sasaran ilmiah yang akan dijelaskan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Objek penelitian penulis adalah analisis big data io media sosial TikTok Erika Richardo selaku owner *by.painters*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada lima narasumber penelitian. Pengolahan data menggunakan tiga tahapan Menurut Miles and Huberman (Zuhri & Christiani, 2019), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data atau biasa disebut dengan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dapat diperoleh dari tiga metode yaitu *interview*, observasi partisipan dan analisis dokumen.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Peter Montoya mengungkapkan delapan konsep utama yang menjadi acuan dalam membangun suatu *personal branding* seseorang. Delapan konsep tersebut adalah spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Analisis *personal branding* Erika Richardo adalah sebagai berikut.

Spesialisasi

Spesialisasi dalam *personal branding* mengacu pada fokus area tertentu yang dimiliki seorang individu. Hal ini melibatkan keahlian khusus atau minat dalam suatu *niche* dan membangun citra diri seseorang oleh karena itu spesialisasi dapat menjadi strategi yang efektif untuk menciptakan reputasi yang kuat di kalangan audiens. Pada akun TikTok @erikarichardo, Erika identik dengan konten-konten yang menunjukkan hasil lukisannya dan melukis merupakan suatu keahliannya. Hal ini seperti yang disampaikan oleh salah satu pengikut TikTok @erikarichardo yaitu Michelle Grasella dalam wawancara peneliti sebagai berikut :

“Karena menurut aku tuh isi konten dia menarik semua dan juga jarang ditemuin gitu dan isinya kan tentang melukis terus karena kontennya itu unik jadi bikin gak bosenin gitu dan aku terus nungguin update-an dia di TikTok setiap hari kayak gitu”

Selanjutnya menurut pendapat Informan III (Regina) mengungkapkan bahwa konten Erika tidak hanya sebatas melukis di kanvas saja melainkan Erika dapat membuktikan bahwa melukis dapat menggunakan media apa saja

“Konten yang paling aku sukai itu konten melukis dia karena dia tidak hanya melukis di kanvas tapi dia juga banyak bereksperimen membuat suatu karya yang dimana itu gak cuma di kanvas tapi juga di barang-barang atau tempat-tempat yang di sekeliling kita. Misalnya dia melukis pemandangan di New Yorknya langsung”.

Personal brand yang kuat memiliki ciri khas dalam spesialisasi yang tepat dan fokus kepada suatu kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu dalam diri individu.

Di dalam kontennya Erika selalu memaparkan proses hasil lukisannya sebelum atau sesudah lukisannya jadi dibuatnya.

Kepemimpinan

Konsep kepemimpinan dalam *personal branding* dapat dibentuk dengan keunggulan yang dimiliki. Seseorang yang mempunyai kredibilitas dan dapat memberikan suatu arahan yang jelas adalah seseorang yang dapat menjadi pemimpin. Erika dipandang sebagai seorang konten kreator yang ahli dalam bidangnya yaitu melukis. Hal ini dapat dilihat menurut salah satu pengikut TikTok @erikarichardo yang menyatakan bahwa konten yang dibuat oleh Erika menunjukkan bahwa dengan bakatnya Erika dapat diakui oleh banyak orang sehingga mendapatkan penghargaan. Hal ini disampaikan oleh Clarsyta dalam wawancara sebagai berikut:

“Kalau menurut aku isi konten dia, dia kan isi kontennya kayak lebih banyak ngelukis terus juga tentang daily life dia kadang juga tentang achievement dia gitu. Jadi itu menarik menurut aku, bisa-bisa tiba-tiba dia lukis di mobil yang kayak tadi terus habis itu tiba-tiba dia travel ke luar negeri lah terus di ngelukis di barang adiknya misalkan gitu menurut aku dia salah satu konten kreator yang sesuai atas popularitas dan achievementnya sih”

Lalu menurut Milka terhadap konten Erika di TikTok, Erika merupakan seorang konten kreator dalam seni lukis yang berhasil membuat ikatan terhadap audiens:

“Misalnya kalau aku pakai TikTok itu untuk melihat kreator TikTok itu tentang seni juga, tapi mereka itu enggak kasih liat muka mereka, jadi cuma tangan mereka kerjain karya itu jadi aku kayak ga kenal sama orang yang kerjain karya itu tapi bedanya sama Erika Richardo dia kasih tau bagaimana hidupnya, hubungannya sama orang lain. Dia juga aktif dalam acara-acara jadi kayak aku tahu gitu loh keadaan-keadaan artisnya itu gimana maksudnya biar lebih dekat”.

Orang dengan *personal brand* yang dilengkapi kredibilitas dan kekuasaan dipandang sebagai pemimpin di bidang yang dikuasai tersebut sehingga pada tahun 2022 Erika mendapatkan penghargaan *Rising Star of The Year* yang diberikan oleh TikTok dikarenakan Erika dapat menguasai kelebihanannya yaitu melukis sekaligus Erika juga memahami apa yang diinginkan target audiensnya. Selain itu dalam hal ini Michelle sebagai salah satu pengikut Erika Richardo juga mengungkapkan bahwa Erika merupakan konten kreator yang dikenal karena lukisannya

“Aku suka liatnya gitu. Soalnya kan kalau lukis kayak-macam-macam ya yang dia lukis, dia juga Lukis di tempat yang aneh-aneh dan macam-macam jadi kayak aku penasaran nih dia bakal melukis apalagi kayak di setiap kontennya itu kan selalu beda-beda ya lukisannya jadi aku kayak penasaran dia tuh bakal Lukis apalagi dia upload konten selanjutnya gitu.”

Kepribadian

Menurut Peter Montoya *personal branding* yang baik harus dapat mengungkapkan kepribadian individu dalam segala aspek bukan hanya menunjukkan

kelebihannya melainkan individu tersebut juga menunjukkan ketidaksempurnaannya oleh karena itu Michelle Grasella menyatakan bahwa:

“Kalau menurut aku sih dia tuh orangnya multitalented banget ya udah cantik terus dia juga pinter terus dia juga punya bisnisnya sendiri. Jadi kayak kelihatan juga orangnya tuh super kreatif banget ya jadi kayak aku ngelihat jarang nih ada konten creator yang kayak Erika Richardo ini sih kalau menurut aku sih kayak gitu.”

Lalu menurut Clarysta konten-konten Erika di TikTok begitu kreatif karena Erika sendiri sering menunjukkan ide-idenya yang unik dan kreatif pada saat proses pembuatan dia melukis.

“Kalau follow erika di TikTok sebenarnya karena kontennya erika ya yang seru menarik terus juga sering out of the box atau diluar dari dugaan kita selain itu dia tau cara bikin orang penasaran sama kontennya, stay buat nonton sampe abis terus juga mungkin karena erika ini se-generasi jadi kebanyakan pengguna TikTok itu juga bisa relate sama konten-kontennya dia dan emang dia out of the box jadi selalu menarik apalagi yang dia lukis di mobil tuh itu kan kreatif dan unik ya.”

Kedua informan tersebut menyatakan bahwa menurut mereka Erika memiliki kepribadian yang kreatif dalam pembuatan konten-kontennya yang dia tunjukkan di TikTok terhadap audiensnya. *Personal branding* yang baik menggambarkan kepribadian individu dalam segala aspek yang berarti orang tersebut tidak hanya menunjukkan kelebihan saja melainkan ketidaksempurnaan dari individu tersebut karena pada dasarnya orang lain menyukai sosok yang apa adanya. Di dalam kontennya Erika selalu memaparkan proses dan hasil lukisannya selama melukis namun tidak semua proses dan hasilnya selalu berjalan dengan lancar ketika hasilnya gagal Erika berusaha untuk memperbaikinya sehingga hal ini menunjukkan bahwa Erika tidak hanya selalu menunjukkan prosesnya yang selalu berhasil saja melainkan ia juga menunjukkan hasil dan prosesnya yang gagal ketika melukis.

Perbedaan

Sebuah *personal brand* yang efektif perlu memiliki kesan yang berbeda dan kuat artinya individu tersebut harus memiliki penampilan yang berbeda dengan pesaingnya terutama dalam hal atau bidang yang digelutinya. Pendapat mengenai apa yang membedakan Erika dengan konten kreator lainnya di TikTok dituturkan oleh Informan IV yaitu Cindy mengungkapkan:

“Oke kalau konten-kontennya yang pasti konten-konten melukis apalagi melukis di apa ya banyak alat-alat dan medium yang dia pake menurut aku itu salah satu keunikannya mungkin itu hal yang bikin dia dikenal sama banyak orang jadi itu bisa jadi brandingnya dia juga gitu buat ke masyarakat-masyarakat yang mungkin main TikTok itu kalo dilihat dari sisi edukatifnya tapi vines juga pasti ngerti nih kalau kita itu sekarang lihat sesuatu gak suka lihat yang tulisan banget pasti lebih suka ngeliat yang kayak lebih enak gitu visualisasinya dan aku juga suka liat dia di konten-konten bucinnya sih karena menurut aku untuk sekarang ini kebanyakan ngeliat sesuatu yang menghibur

di TikTok bukan yang Cuma cari konten-konten edukasi aja tapi yang menghibur juga dan dia menurut aku oke banget sih gak cuma konten melukis yang edukatif tapi dia juga bikin konten-konten yang lucu.”

Selanjutnya Clarysta juga mengungkapkan bahwa ia menyukai konten-konten Erika yang melukis di tempat aneh.

“Ngelukis tapi di tempat yang aneh terus juga konten-konten travelling dia itu juga seru sih menurut aku.”

Personal brand yang efektif harus memiliki ciri khas yang berbeda dengan yang lain memiliki kesan yang berbeda di bidang yang sama dapat membuat *personal brand* yang telah kita bangun menjadi menonjol dan lebih berkesan di benak orang lain. Dalam kontennya Erika selalu menggunakan media lukis yang unik di sekitarnya seperti salah satu kontennya yaitu melukis menggunakan *cotton bud* walaupun hal ini terdengar aneh namun hal inilah yang menjadi suatu ciri khas dari seorang Erika Richardo di dalam kontennya.

Kenampakan

Agar dapat dikenal dan mudah diingat oleh orang lain setiap individu harus membentuk kesan yang khas untuk mudah dikenali oleh orang lain karena itu *personal brand* harus dapat dilihat secara konsisten terus menerus. Erika sendiri secara konsisten mempublikasikan dirinya dan konten-kontennya melalui akun pribadi TikToknya yaitu @erikarichardo. Untuk tetap terlihat, Regina mengungkapkan bahwa konten yang dibuat oleh Erika dibuat secara konsisten.

“Kalau menurut aku sih Erika itu konsisten dengan apa yang dia post jadi rangkaian tema konten-konten dia itu tidak jauh dari a day in my life dan melukis tetapi walaupun hanya 2 tema itu dia tetap bisa mengemasnya dengan konten yang bervariasi. Misalnya tema satu konten ini tentang melukis nah dia tidak hanya sekedar melukis tetapi dia juga melakukan challenge kepada dirinya seperti melukis di mobil Rudy Salim kemudian dia juga ada membuat konten melukis di 8 pillar dengan tema budaya Indonesia. Jadi dia di konten-konten itu tuh melukis 7 presiden Indonesia, buat konten lukis danau toba jadi apa yang dia kontenin tuh di sekitaran itu saja tapi mampu bisa menarik perhatian orang gitu.”

Untuk menciptakan *personal brand*, kegiatan *personal branding* harus dilakukan dan terlihat secara konsisten, terus menerus sampai akhirnya berhasil terbentuk persepsi di benak masyarakat. Konsep ini menunjukkan bahwa *visibility* lebih penting dari kemampuan yang dimiliki seseorang. Maka dari itu, untuk menjadi *visible*, seseorang harus terus memasarkan dan menunjukkan dirinya dalam segala kesempatan yang ada. Dalam hal ini Informan I peneliti yaitu Michelle mengungkapkan bahwa pada awalnya ia tidak tertarik dengan konten Erika namun karena Erika terus menunjukkan spesialisasi dirinya yaitu sebagai pelukis Michelle pun ikut turut penasaran terhadap konten selanjutnya yang dibawakan oleh Erika:

“Sebenarnya aku gak begitu tertarik tapi aku suka liatnya gitu. Soalnya kan kalau lukis kayak-macam-macam ya yang dia lukis, dia juga lukis di tempat

yang aneh-aneh dan macam-macam jadi kayak aku penasaran nih dia bakal melukis apalagi kayak di setiap kontennya itu kan selalu beda-beda ya lukisannya jadi aku kayak penasaran dia tuh bakal Lukis apalagi dia upload konten selanjutnya gitu.”

Keteguhan

Membangun sebuah *personal branding* memerlukan waktu yang lama sehingga setiap individu harus memiliki keteguhan terhadap *personal brand* awal yang telah dibentuk dan tanpa adanya keinginan untuk mengubahnya. Menurut salah satu pengikut TikTok Erika yaitu Cindy memaparkan bahwa konsep konten Erika stabil dan gigih walaupun di usia Erika yang masih muda ia tetap membuat konten tentang hal yang dia sukai.

“Oke kalo untuk bedain mungkin erika richardo sama kreator lainnya yang pertama aku lebih suka pembawaannya sih lebih ke anak jaman sekarang banget ya dan ke aku itu dia masuk banget dari cara dia ngobrol, cara dia ngejelasin konten-konten yang dia buat trus aku juga suka banget konten-konten dia yang ngelukis-ngelukis apalagi kalo ada event tertentu misalnya kayak beberapa tahun lalu di 17 agustus dia itu ngelukis khusus buat Indonesia di kertas gambar sepanjang berapa meter terus dia juga berani untuk pake apa ya medium-medium atau alat-alat yang bisa dibilang unik gitu diakuin untuk ngelukis abis itu aku juga amaze karena dia mungkin masih seumuran kita ya mungkin masih dua puluhan tahun tapi dia juga sambil kuliah, dia konten kreator tapi dia juga melukis yang which is itu butuh waktu yang lama banget abis itu dia juga punya bisnis. Jadi aku kayak mungkin apa ya kagum sama dia yang di umur segitu dia udah bisa sangat produktif bahkan sekarang ini kalau dilihat dia itu udah banyak menangin awards-awards dari TikTok jadi kayak apa ya bisa jadi role model gitu sih.”

Kunci *personal brand* yang baik adalah membangun kepercayaan secara konsisten dan terus menerus. Hal ini dibuktikan oleh Erika sejak awal ia membuat kontennya yaitu memaparkan proses dan hasilnya pada saat melukis karena hal ini dilakukan secara terus menerus konten Erika pun mendapat respon yang positif dari publik salah satu contohnya yaitu pada saat Erika melukis gaun untuk acara *TikTok awards*.

Maksud Baik

Personal brand akan memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama jika secara umum orang tersebut dapat dilihat positif dan bermanfaat. Dalam penerapannya, konten-konten positif yang dimiliki oleh Erika menjadi *personal branding* yang dibangunnya berhasil menjadi inspirasi bagi masyarakat. Regina menjelaskan bahwa ia menyukai konten Erika richardo karena konten yang dibuatnya selalu mengandung hal positif. Hal ini diungkapkan oleh Regina dalam wawancara penulis:

“Aku ikut akun TikTok Erika Richardo itu karena menurut aku dia itu punya efek positif yang selalu dia bawakan di setiap konten dia walaupun dia pernah membuat konten tentang musibah yang sedang dialami. Misalnya waktu itu dia pernah buat konten kaca mobil dipecahin sama orang dan laptop dan ipadnya

tuh dicolong orangtuh, gimana orang gak panik ya ? Nah tapi walaupun dia kena musibah dia gak heboh dan tetap positif meskipun dia dalam keadaan panik. Pokoknya setiap nontondia tuh seperti semacam healing dan relax gak ada kontennya yang erika itu kayaknya gak senyum deh kayaknya semua kontennya isinya senyum dia semua.”

Konten interaktif memiliki tujuan untuk melibatkan audiens dalam suatu aktivitas agar dapat meningkatkan *engagement* dan interaksi audiens mereka dengan merek atau produk. Konten-konten yang dipaparkan oleh Erika Richardo di TikTok merupakan konten interaktif, salah satu kontenn interaktif yang Erika seringkali lakukan adalah *art challenge* atau tantangan yang diberikan oleh audiensnya hal ini dilakukan oleh Erika agar dapat berinteraksi dengan audiensnya. Menurut beberapa informan penulis yaitu Informan I dan IV di dalam wawancara mengungkapkan bahwa mereka setuju jika konten interaktif Erika Richardo sangat menarik dan selalu dinantikan. Informan 1 yaitu Michelle Grasella mengungkapkan bahwa ia suka menunggu konten Erika yang terbaru:

“Karena menurut aku tuh isi konten dia menarik semua dan juga jarang ditemuigitu dan isinya kan tentang melukis terus karena kontennya itu unik jadi bikin gak bosenin gitu dan aku terus nungguin update-an dia di TikTok setiap hari kayak gitu.”

Lalu Informan IV yaitu Cindy Angelina mengungkapkan bahwa ia tertarik dengan konten-konten Erika:

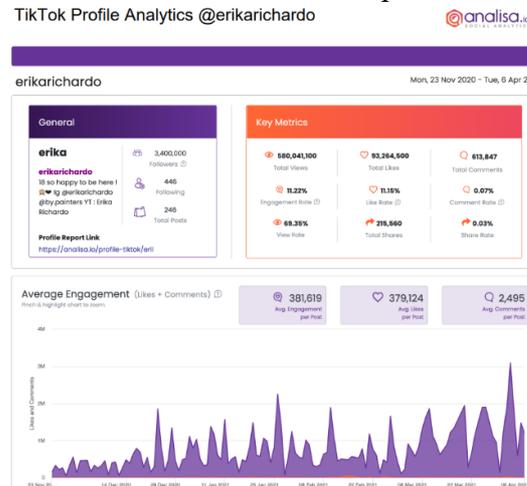
“Oke jadi sebenarnya pertama kali aku tau erika richardo itu emang liatnya tuh dari sosmed dulu ya jadi aku tuh punya temen gereja yang kebetulan kenal juga sama cowonya si erika sekarang jadi aku emang langsung liat sekilas kalo erika ini ternyata pacarnya temen dari temen aku gitu trus emang semenjak awal kayaknya mulai-mulai dari pas covid itu ya si erika ini mulai buat konten di TikTok jadi konten-kontennya juga menurut aku sangat gak Cuma edukatif tapi banyak konten-konten apa ya mungkin menghibur juga sih jadi aku tertarik gitu apalagi ya mungkin bisa dibilang salah satu kreator yang mungkin lebih ngebahas dan ngebawa konten-konten dengan tema melukis kali ya karena sebelum-sebelumnya kan belum ada, emang unik sih gitu dan aku senang juga pembawaannya yang lebih mungkin ke gen Z kali ya karena mungkin seumurannya jadi masih masuk lah gitu.”

Sebuah *personal brand* akan memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama jika seseorang di belakangnya dipersepsikan dengan cara yang positif. Dalam mempertahankan citra baik dan positif pada dirinya Erika seringkali membagikan hal edukasi yang di kemas dengan konten Interaktif sehingga menarik minat *audiens* sekaligus Erika juga memberikan inspirasi pada orang lain selain melukis menjadi suatu hobi yang dilakukannya Erika dapat menggunakan hobinya menjadi suatu hal yang positif.

Dalam menemukan data informasi yang lebih mendetail dari media sosial Erika Richardo, peneliti menggunakan tools analisa.io. Analisa.io merupakan tools yang berbentuk seperti website yang dapat membantu penggunanya untuk menganalisis suatu akun dengan mudah. Data yang berhasil di dapatkan dari analisa.io dimulai dari

23 November 2020- 6 April 2021 dan hasil yang di dapatkan berupa *Average engagement (Likes+Comment), Engagement rate, Like rate, Comment rate, Tags and mentions*

Gambar 2. Analisa Overview pada analisa.io



Sumber: Analisa.io

Ketika menggunakan analisa.io dapat dilihat bahwa Erika Richardo memiliki *followers* sebanyak 3,4 juta dengan *total views* 580 juta dan *Average Engagement* yang di dapatkan sebesar 381,619 ribu, *Engagement rate* sebesar 11,22%,*Like rate* 11,15%,*Comment rate* 0,07 % lalu 4 peringkat teratas untuk *tags and mentions* adalah @jerhemyowen,@kellyenrichardo, @by.painters dan kellyen.r33 (Analisa.io, 2021). Hal ini membuktikan bahwa selama Erika konsisten membuat konten di TikTok ada empat hal yang menjadi perhatian publik terhadap kontennya yaitu salah satunya by.painters usaha atau brand yang didirikan olehnya dengan *personal branding* yang erika miliki erika dapat membangun kesadaran masyarakat terhadap brandnya. Keputusan konsumen memilih atau membeli suatu produk tergantung bagaimana penyedia produk tersebut mengenkannya kepada khalayak.

4. Simpulan

Menurut observasi dan wawancara yang penulis lakukan mengenai analisis *personal branding* akun Erika Richardo di TikTok dalam meningkatkan *brand awareness* by.painters. Penulis menyimpulkan bahwa *personal branding* yang dilakukan Erika di TikTok memiliki tujuh konsep dari delapan konsep *personal branding* yang dipaparkan oleh Peter Montoya. Berdasarkan hasil pembahasan mengenai *personal branding* Erika Richardo di TikTok maka ditarik kesimpulan secara spesialisasi Erika adalah mengutamakan konten melukis pada setiap konten yang ia unggah di TikTok. Dari segi kepemimpinan Erika merupakan seorang konten kreator pelukis di TikTok yang berani menunjukkan dirinya serta menunjukkan proses dan hasil pembuatan lukisannya. Dari segi kepribadian Erika memiliki sifat yang kreaif dan apa adanya.

Dari segi pembeda Erika di dalam kontennya seringkali menggunakan media lukis yang aneh atau tidak umum yang digunakan oleh pelukis lainnya. Dari Kenampakan Erika terlihat konsisten dalam menggunggah kontennya yang berkaitan dalam seni lukis. Dari segi keteguhan dapat dilihat bahwa Erika selalu menggunggah

kontennya dengan stabil dan secara terus menerus membahas topik yang sama yaitu melukis. Dari Nama baik Erika merupakan seseorang yang memiliki citra positif yang ditunjukkan melalui konten-kontennya. *Personal Branding* yang baik dapat berperan besar untuk meningkatkan *brand awareness* suatu merek agar dapat membangun kesadaran masyarakat atas kehadiran merek tersebut.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Analisa.io. (2021). *TikTok Profile Analytics @erikarichardo*.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing : Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV CENDEKIA PRESS.
- Febrianti, A. (2023). *Erika Mengenalkan Keindahan Indonesia Lewat Karya Lukisanya*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/ainifebriantitsunaka3074/64fb377fe2c0f939d14d1f42/erika-mengenalkan-keindahan-indonesia-lewat-karya-lukisanya>
- Happy Herry Loveita Lady. (2023). *ANALISIS PERSONAL BRANDING PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK @ YOGAYOGIKEMBAR*. 5974.
- Johnson, K. M. (2017). The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science*, 4(1), 21–27. www.ripknet.org
- Hessanti, K. (2022). *Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Sosial Anak Usia Sekolah Dasar di Dusun Pegonten Kabupaten Grobongan* (p. 49). <http://eprints.uwhs.ac.id/id/eprint/1410>
- Montoya, P. (2002). The personal branding phenomenon. *Personal Branding Press*, 2002, 1–6.
- Winarso, B. (2021). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI LIBRARY BASED COMMUNITY (STUDI KASUS KOMUNITAS PERPUSTAKAAN JALANAN SOLO @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>