

Analisis Personal Branding @tasyafarasya sebagai Beauty influencer di TikTok

Oleh :

Utari Kencana Haris

Dosen Pembimbing :

Dr. Didik Hariyanto, M.Si

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Pendahuluan



Teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam masyarakat modern. Media sosial, termasuk TikTok, mengalami pertumbuhan pesat dan mempengaruhi cara kita berinteraksi serta beradaptasi dengan globalisasi.. Platform ini menawarkan berbagai fitur kreatif untuk menciptakan, menyunting, dan membagikan video singkat, yang berdampak pada peningkatan eksposur pengguna dan memfasilitasi penyebaran informasi secara luas dan cepat. Dampak negatif dari media sosial seperti privasi dan penyebaran informasi palsu, serta persaingan ketat di antara influencer.

Pendahuluan



Tasya Farasya, yang nama aslinya adalah Lulu Farassiya Teisa, adalah seorang beauty influencer asal Indonesia yang telah berhasil membangun karirnya di media sosial, terutama di TikTok. Dikenal karena ulasannya yang jujur dan detail tentang produk makeup, Tasya Farasya telah menjadi salah satu beauty influencer terkemuka dengan followers sebanyak 3,8 juta di akun TikTok-nya yang terverifikasi. Personal branding-nya yang kuat menjadikannya sumber terpercaya dalam industri kecantikan, terutama dengan penggunaan label "Tasya Farasya approved!" yang telah menarik perhatian banyak merek kosmetik dan berpengaruh besar terhadap penjualan produk mereka. Personal branding sendiri merupakan proses membangun identitas dan citra diri yang kuat di media sosial, dengan menekankan kekuatan, kepribadian, keunikan, dan konsistensi. Meskipun menghadapi tantangan seperti risiko privasi dan persaingan ketat di antara influencer lainnya, Tasya Farasya telah membuktikan bahwa strategi ulasan produk yang jujur dan konsistensi konten adalah kunci kesuksesannya dalam membangun personal branding yang efektif di TikTok.

Teori

1. Prinsip Spesialisasi (The Law of Specialization).

- menekankan pentingnya fokus pada kekuatan, keahlian, atau pencapaian tertentu dalam pembentukan personal branding.

2. Aspek Kepemimpinan (The Law of Leadership)

- menunjukkan bahwa setiap orang cenderung ingin dipengaruhi, sehingga unsur kepemimpinan dalam personal branding tidak selalu memerlukan keunggulan di setiap bidang.

the eight laws of personal branding,

3. Prinsip Kepribadian (The Law of Personality)

- menekankan bahwa pembentukan personal branding yang efektif harus didasarkan pada kepribadian yang otentik, mencakup aspek kelebihan dan ketidaksempurnaan individu

4. Konsep Perbedaan (The Law of Distinctiveness)

- menyoroti pentingnya menampilkan kesan yang unik dibandingkan dengan individu lain dalam bidang yang sama untuk memperkuat personal branding

Teori

5. Prinsip Kenampakan (The Law of Visibility)

- Prinsip Kenampakan (The Law of Visibility) menegaskan bahwa keberhasilan personal branding tergantung pada kesesuaian antara perilaku dan nilai-nilai pribadi yang ditunjukkan oleh individu.

6. Konsep Kesatuan (The Law of Unity)

- menunjukkan pentingnya mencapai keseimbangan dalam seluruh aspek kehidupan individu yang tercermin dalam pembentukan personal branding.

the eight laws of personal branding

7. Aspek Keteguhan (The Law of Persistence)

- menekankan perlunya keteguhan dalam menjaga konsistensi terhadap personal branding yang telah dibangun tanpa ragu-ragu atau keinginan untuk mengubahnya.

8. Prinsip Maksud Baik (The Law of Goodwill)

- Prinsip Maksud Baik (The Law of Goodwill) menyoroti dampak positif dari timbal balik yang baik dalam membangun personal branding jika dilakukan dengan cara yang positif dan berdampak baik

Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat

Rumusan Masalah

bagaimana personal branding dapat mendukung kesuksesan seorang beauty influencer di media sosial tiktok.

bagaimana personal branding Tasya Farasya sebagai beauty influencer di TikTok berperan dalam membangun hubungan dengan pengguna dan mempengaruhi keberhasilan promosi produk kecantikan.

Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang analisis personal branding beauty influencer Tasya Farasya pada media sosial tiktok, dengan menganalisis prinsip-prinsip personal branding yang diterapkan dalam konten video TikTok-nya dan menyoroti dampak positifnya dalam meningkatkan popularitas di platform media sosial tersebut

meningkatkan interaksi pengguna dan penjualan produk yang direkomendasikannya, berkat kontennya yang berkualitas, konsistensi, interaksi aktif, dan pengaruh komunitas.

Manfaat

Memberikan pemahaman tentang pentingnya interaksi dan feedback pengikut dalam membentuk dan mengembangkan strategi personal branding yang efektif

Menginspirasi influencer atau individu yang ingin membangun personal branding di media sosial untuk lebih memahami bagaimana merespons interaksi dan feedback dari pengikut mereka dengan cara yang positif dan konstruktif.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

- Pendekatan kualitatif, Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan dan menganalisis data yang sifatnya deskriptif.

Teknik Pengumpulan data

- Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data pengamatan langsung terhadap akun TikTok @tasyafarasya dan wawancara mendalam dengan pengikut yang aktif berinteraksi di akun tersebut

Informan Penelitian

- . Pemilihan informan mempertimbangkan keterbatasan fitur pesan langsung TikTok, yang hanya memungkinkan komunikasi antar pengguna yang saling mengikuti. Peneliti mengikuti beberapa pengikut @tasyafarasya

Sumber Data

- Sumber data penelitian ini data primer dari pengamatan langsung akun TikTok @tasyafarasya dan wawancara mendalam dengan pengikut aktif untuk memastikan akurasi informasi terkait personal branding Tasya Farasya.

Pembahasan

Prinsip Spesialisasi (The Law of Specialization)

Tasya Farasya mengunggah video tutorial makeup trend Asoka di TikTok (@tasyafarasya, konten ini yang juga dimasukkan dalam daftar putar TikTok tutorials, menampilkan teknik makeup ala India terinspirasi dari film "Asoka," menonjolkan elemen budaya India dalam dandanan, dan memudahkan pengikutnya dalam mencari tutorial tersebut.

Aspek Kepemimpinan (The Law of Leadership)

Tasya Farasya menunjukkan kepemimpinan dengan konsisten membuat konten berkualitas, jujur dalam ulasan produk, bereksperimen dengan makeup, dan merilis brand kecantikan sendiri, MOP. Dia berhasil menjadi panutan dalam dunia beauty influencer.

Prinsip Kepribadian (The Law of Personality)

Tasya tetap produktif selama kehamilan, menunjukkan integritas dan komitmen yang tinggi. Keasliannya dalam berinteraksi dengan audiens memperkuat hubungan yang kuat antara influencer dan pengikutnya.

Konsep Perbedaan (The Law of Distinctiveness)

Tasya menonjol karena kejujurannya dalam ulasan produk dan konsistensinya dalam menyajikan konten. Label "Tasya Farasya Approved" memberikan jaminan kualitas yang meningkatkan kredibilitasnya.

Pembahasan

Prinsip Kenampakan (The Law of Visibility)

Tasya mengelompokkan konten dalam playlist, memudahkan pengikut menemukan video yang mereka butuhkan. Ia juga rutin mengunggah konten dan aktif berinteraksi dengan pengikutnya, meningkatkan visibilitas di TikTok.

Konsep Kesatuan (The Law of Unity)

Kesatuan dalam personal branding Tasya terlihat dari keselarasan antara ulasan produk dan pengalaman nyata pengikutnya. Hal ini memperkuat kepercayaan dan otentisitas brand-nya..

Aspek Keteguhan (The Law of Persistence)

Kolaborasi Tasya dengan Somethinc menunjukkan keteguhannya dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pengikutnya. Label "Tasya Farasya Approved" menjadi simbol kualitas yang diakui oleh konsumen.

Prinsip Maksud Baik (The Law of Goodwill)

Tasya berhati-hati dalam menyematkan label "Tasya Farasya Approved," memastikan hanya produk berkualitas yang ia rekomendasikan. Ini menunjukkan dedikasi terhadap kepercayaan pengikutnya, bukan sekadar fokus pada keuntungan komersial.

Kesimpulan

Tasya Farasya telah sukses membangun personal branding yang kuat di TikTok dengan memfokuskan diri pada ulasan produk kecantikan, yang menjadikannya sumber terpercaya dalam industri makeup. Dedikasinya, termasuk keaktifannya saat hamil, serta kepribadiannya yang unik dan ulasan jujur, memperkuat loyalitas pengikut dan visibilitasnya. Konsistensi dalam konten dan interaksi dengan pengikut, bersama dengan integritas tinggi dalam merekomendasikan produk, menunjukkan penerapan delapan prinsip personal branding—spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, diferensiasi, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan maksud baik. Penelitian ini membedakan dirinya dengan menganalisis efektivitas personal branding Tasya di TikTok menggunakan prinsip-prinsip tersebut sebagai kerangka kerja.

