

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* KREATOR KONTEN
PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
(STUDI PADA AKUN TIKTOK @zelynafah)**

AGISNA RIAWAN

ABSTRAK

Perkembangan media digital, terutama media sosial, telah menciptakan sejumlah besar kreator konten dan influencer dengan berbagai latar belakang *personal branding*. Penelitian ini memfokuskan pada Zelina Fahrani, seorang kreator konten pembelajaran bahasa Inggris di TikTok dengan akun @zelynafah, yang terkenal karena ciri khasnya yang kuat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendalami lebih dalam mengenai *personal branding* kreator konten di media sosial. Penelitian ini menggunakan delapan konsep *personal branding* dari Peter dan Montoya, serta konsep-konsep terkait media baru, media sosial, TikTok, dan kreator konten. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* Zelina Fahrani di media sosial TikTok sesuai dengan delapan konsep *personal branding* dari Peter Montoya, namun konsistensi dalam memposisikan dirinya sebagai kreator konten pembelajaran bahasa Inggris belum optimal. Konten yang disajikan oleh Zelina sangat beragam dan belum sepenuhnya terfokus pada pembelajaran bahasa Inggris. *Personal branding* yang efektif di media sosial, khususnya di TikTok, terbentuk melalui ciri khas dan nilai-nilai yang memberikan manfaat bagi banyak orang.

Kata Kunci: *Personal branding*, Kreator Konten, Ciri Khas, Media Sosial, TikTok.

**ANALISIS PERSONAL BRANDING KREATOR KONTEN
PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
(STUDI PADA AKUN TIKTOK @zelynafah)**

AGISNA RIAWAN

ABSTRACT

The development of digital media, especially social media, has created a large number of content creators and influencers with various personal branding backgrounds. This research focuses on Zelina Fahrani, an English learning content creator on TikTok with the account @zelynafah, who is known for her strong personal brand. The purpose of this study is to delve deeper into the personal branding of content creators on social media. This research uses eight personal branding concepts from Peter and Montoya, as well as concepts related to new media, social media, TikTok, and content creators. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation and interviews. The results showed that Zelina Fahrani's personal branding on TikTok social media is in accordance with Peter Montoya's eight personal branding concepts, but the consistency in positioning herself as an English learning content creator is not optimal. The content presented by Zelina is very diverse and not fully focused on English learning. Effective personal branding on social media, especially on TikTok, is formed through characteristics and values that provide benefits to many people.

Keywords: *Personal branding, Content Creator, characteristics, Social Media, TikTok.*