

ABSTRAK

Youtube merupakan media sosial yang kini telah menjadi media baru dalam bidang pemasaran. *Platform* ini kini sangat diminati dikalangan masyarakat serta dapat menjadi lahan bisnis. Menjadi seorang *youtuber* tentu harus memiliki keahlian dan keunikan tersendiri agar dapat berbeda dengan *youtuber* lainnya. Keahlian tersebut dapat membantu membangun *Personal Branding* yang baik dalam media sosial seperti Youtube. Cheryl dengan akun Cheryl Raissa mampu memanfaatkan Youtube sebagai media *Personal Branding* pada dirinya. Melalui Youtube Cheryl mengkomunikasikan keahlian *makeup* yang dia miliki, sehingga Cheryl dikenal sebagai *Beauty Vlogger*. Dengan keahlian dan penyampaian pesan yang baik serta memiliki keahlian *makeup* yang khas pada bagian mata, Cheryl mampu menarik perhatian *audiens* serta brand – brand ternama di Indonesia. Penelitian ini membahas bagaimana strategi membangun *Personal Branding* yang digunakan Cheryl Raissa pada *platform* Youtube miliknya dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, agar mengetahui proses pembentukan *Personal Branding* Cheryl Raissa sebagai *Beauty Vlogger* serta langkah – langkah *Online Personal Branding* yang dilakukan melalui Youtube dengan menggunakan *Twelve Steps of Online Personal Branding* dari Ryan Frischmann. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa strategi *Personal Branding* Cheryl sudah sesuai dengan langkah – langkah *Online Personal Branding* dari Frischmann. Sehingga *Personal Branding* yang dilakukan Cheryl tepat mengenai target audiens-nya.

Kata Kunci: *Personal Branding, Media Sosial, Youtube, Youtuber, Beauty Vlogger.*