

ABSTRAK

Kehadiran media sosial dimanfaatkan sebagai alat yang digunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial oleh setiap penggunanya, salah satunya dengan YouTube. YouTube menjadi media sosial yang paling diminati saat ini. Berbagai macam jenis video yang dapat diunggah ke dalam YouTube seperti salah satunya dengan menyanyi cover lagu. Media sosial online kini telah banyak digunakan untuk membangun *Personal Branding*, yang merupakan wujud pembentukan image dari seseorang yang tercipta sebagai sebuah hal yang positif. Untuk dapat menciptakan *Personal Branding* yang efektif, maka dibutuhkannya kriteria – kriteria yang otentik dalam mewujudkannya. Reza Darmawangsa adalah salah satu penyanyi cover di YouTube yang membagikan video cover menyanyi Korea Pop dan memiliki lebih dari 1 juta pelanggan di YouTube. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguraikan *Personal Branding* Reza Darmawangsa melalui YouTube sebagai penyanyi cover Korea Pop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada informan kunci dan informan pendukung, observasi dan dokumentasi. Analisis pembahasan dalam penelitian ini menggunakan 11 kriteria *Personal Branding* menurut Rampersad diantaranya *authenticity, integrity, consistency, specialization, authority, distinctiveness, relevant, visibility, persistence, goodwill* dan *performance*. Hasil penelitian menunjukkan Reza Darmawangsa berhasil dalam memiliki keaslian, berpegang pada kode moral, fokus pada satu bidang inti, diakui dan berpengalaman dalam suatu bidang tertentu, memiliki kekhasan, relevan terhadap target audiens, memiliki visibilitas, memiliki ketekunan, menerapkan hubungan baik dan kinerja yang baik. Peneliti menyarankan agar Reza Darmawangsa untuk dapat meningkatkan konsistensi membangun *Personal Branding* dalam hal mengunggah video cover Korea Pop ke dalam kanal YouTube.

KATA KUNCI: *Personal Branding*, media sosial, YouTube, Penyanyi Cover