

ABSTRAK

Personal branding diterapkan oleh *influencers* pada media sosial, salah satunya oleh Michelle Ham sebagai seorang *founder* dari merek produk perawatan kulit Skin Game pada media sosial pribadinya di TikTok untuk memperkenalkan atau meningkatkan *brand awareness* dari bisnisnya. *Personal branding* adalah salah satu cara bagaimana seorang individu dapat menarik perhatian publik yang sesuai dan kemudian membangun koneksi dengan mereka. Selain itu, *personal branding* dapat mengkonsolidasikan dan memberikan informasi tentang apa yang membuat seorang individu unik dibanding individu lainnya dan menunjukkan bahwa mereka seorang profesional di bidangnya. Penelitian ini menguji seberapa berpengaruh *personal branding* yang dimiliki Michelle Ham pada media sosial TikTok terhadap *brand awareness* dari Skin Game. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui *software* IBM SPSS versi 26, dengan Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive* sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* Michelle Ham pada media sosial TikTok memiliki pengaruh positif dengan tingkat hubungan yang kuat terhadap *brand awareness* dari Skin Game, *Personal branding* berkontribusi sebesar 37.9% terhadap Brand Awareness.

Kata kunci: *brand awareness, founder, personal branding, Skin Game, TikTok*