

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh Nazhif dalam membangun personal branding sebagai influencer di bidang videografi dan fotografi, khususnya dalam konteks Program Affiliate Tokopedia di media sosial. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dan merujuk pada kriteria personal branding dari Peter Montaya dan Rampersad, penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang diterapkan oleh Nazhif.

Temuan utama menunjukkan bahwa Nazhif secara efektif memanfaatkan 11 kriteria personal branding untuk membangun dan mempertahankan citra yang kuat di media sosial. Hasilnya, Nazhif dikenal sebagai sosok inspiratif yang aktif memberikan edukasi seputar videografi, fotografi, dan media sosial melalui konten-konten yang konsisten dan relevan.

Pertumbuhan jumlah pengikut yang signifikan pada akun @nazhifuu dapat dikaitkan dengan keberhasilan strategi personal branding yang diterapkan. Kesimpulannya, personal branding yang solid telah memungkinkan Nazhif untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan memengaruhi audiens secara positif.)

Kata Kunci: Strategi Personal Branding, Influencer, Marketing Affiliate