

## ABSTRAK

Perkembangan *new media* yang begitu pesat khususnya media sosial saat ini membuat media tersebut banyak bersinggungan dengan berbagai tingkatan kehidupan manusia, termasuk digunakan sebagai media *branding* yang salah satunya adalah *personal branding*. Ria Ricis termasuk salah satu orang memanfaatkan media sosial khususnya Youtube dalam membangun *branding*-nya. *Channel* Youtube Ria Ricis ini tercatat mulai terdaftar di Youtube pada tanggal 15 Januari 2016. Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Subjek penelitian ini adalah *Channel* Youtube Ria Ricis dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi dan wawancara sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis konten (*content analysis*). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Peter Montoya "*The Eights Law of Personal Branding*". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cara yang dilakukan Ria Ricis dalam membangun *personal branding*nya melalui media sosial Youtube yang pertama Ria Ricis selalu menjaga penampilannya ia sering kali terlihat sederhana, tertutup dan sopan, baik dari segi pakaian, aksesoris yang digunakan dan lain sebagainya. Kedua senantiasa menjalin dan menjaga hubungan baik dengan *partner* bisnis, *partner* sesama *Youtuber*, keluarga dan lainnya. Dan yang terakhir Ria Ricis juga selalu menjaga kualitas dari setiap konten-konten video yang diunggah dan selalu konsisten baik dalam fokus konten yang ditekuni dan mengunggah konten-konten video.

**Kata Kunci:** Youtube, *Personal Branding*, *New Media*, *Content Analysis*