ABSTRAK

Fernando Manullang, NIM 2183142017, Strategi Personal Branding Osen Hutasoit Pencipta dan Penyanyi Lagu Tarpaima (Lagu Top Batak Viral 2022), Program Studi Pendidikan Musik, Jurusan Sendratasik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, 2023.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui pencapaian prestasi Osen Hutasoit sebagai pencipta sekaligus penyanyi lagu batak. 2) Untuk mengetahui strategi *personal branding* Osen Hutasoit dalam pencapaian prestasi sebagai pencipta sekaligus penyanyi lagu batak. 3) Untuk mengetahui relevansi *personal branding* terhadap pencapaian dan prestasi dari Osen Hutasoit. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menjangkau data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan 1) Osen Hutasoit meraih penghargaan pada lomba cipta lagu Batak se-Indonesia, dan setiap lagu yang diciptakan memiliki *views* yang tinggi baik melalui *platform* Youtube dan Spotify miliknya sendiri, 2) Mengemas lagu-lagu ciptaanya sendiri dengan konsep yang sederhana tetapi mengandung makna dan kekayaan dari Budaya Batak yaitu Bahasa Batak. 3) Adanya keterkaitan antara lirik-lirik lagu yang di ciptakan Osen Hutasoit dengan kehidupan sekarang terutama dalam kisah percintaan anak muda sekarang.

Kata kunci : Pencapaian Prestasi, Strategi *Personal branding*, Relevansi