



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi & Periklanan
Dwi Feni Aiman
44315110011
Bibliografi : 5 Bab 103 hal + Lampiran + 19 Buku + 1 Internet

Identifikasi Daya Tarik *Social Media Influencer* Tasya Farasya (Studi kasus pada penggunaan Tasya sebagai *influencer* Safi periode Mei 2018 di media YouTube)

ABSTRAK

Penggunaan *influencer* sebagai sarana untuk membantu pemasaran sebuah produk kini telah menjadi pilihan yang digemari oleh banyak perusahaan. *Social media influencer* merupakan strategi yang ampuh dalam memasarkan sebuah produk, dengan adanya berbagai macam *platform social media* seperti Instagram, YouTube, Facebook dan media *social* lain nya, maka *social media influencer* memudahkan *brand* untuk memasarkan dan beriklan secara langsung kepada target audiens mereka. Muncul nya beberapa *influencer* yang sudah dikategorikan sesuai dengan skill atau konsep yang mereka buat sejak awal yaitu seperti *beauty influencer* yaitu *influencer* yang konsep nya mengenai beauty. Melalui *review* yang diberikan oleh *social media influencer* akan menambah nilai kredibilitas *brand* serta meningkatkan *awareness public* terhadap *brand* tersebut sehingga membuat *public* dapat menghubungkan nilai jasa atau produk yang ditawarkan hingga level personal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi daya tarik yang dimiliki oleh salah satu *beauty influencer* yaitu Tasya Farasya dalam mempromosikan sebuah produk skin care “Safi” pada platform YouTube.

Tipe pada penelitian ini adalah konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah penelitian survey kepada *followers* Tasya Farasya. Dimana peneliti mengumpulkan data secara premier yaitu menyebarkan kuisioner kepada responden dan observasi pada akun media *social* Instagram atau YouTube milik Tasya Farasya.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa daya tarik *social media influencer* Tasya Farasya di mata khalayak dalam mempromosikan produk Safi yaitu pada kredibilitas yang dimiliki oleh Tasya sebagai *beauty influencer* yang jujur, detail dan cantik.

Kata kunci : Studi Kasus, Tasya Farasya, *Social media influencer*, *beauty influencer*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Study Program Marketing Communication & Advertising
Dwi Feni Aiman
44315110011

Biography : 5 Chapter 103 pages + attachment + 19 Books + 1 internet

Identifikasi Daya Tarik *Social Media Influencer* Tasya Farasya (Studi Kasus pada penggunaan Tasya sebagai Influencer Safi periode Mei 2018 di media YouTube)

ABSTRACT

The use of *influencers* as a means to help marketing products has now become a preferred choice by many companies. *Social media influencer* as a strategy that markets products, with a variety of *social media* platforms such as Instagram, YouTube, Facebook and other *social media*, *social media influencers* provide *brands* to market and advertise directly to their target audience. There are several *influencers* that have been categorized according to the skills or concepts they made from the beginning, such as *beauty influencers*, *influencers* whose concept of beauty. Through *reviews* given by *social media influencers* will add value to the *brand's* credibility and increase public awareness of the *brand* so that the public can use the value of the service or product offered to a personal level.

This study discusses how to increase the appeal possessed by one of the beauty influences, namely Tasya Farasya in supporting a "Safi" skin care product on the YouTube platform.

This type of research is constructivism with qualitative research. The method used was survey research on *followers* of Tasya Farasya. Where researchers collect data at the premiere of transferring questionnaires to respondents and observations on Tasya Farasya's Instagram or YouTube *social media* accounts.

Based on the results of the study, the appeal of Tasya Farasya's *influencer social media* in the eyes of the public in promoting Safi's products is on the credibility given by Tasya as an honest, detailed and beautiful *influencer* beauty.

Keywords: Case Study, Social media influencers, Beauty influencers