



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI KOMUNIKASI *CYBER BEAUTY VLOGGER* NADYA  
AQILLA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* HMNS**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1  
(S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun oleh :  
Natasha Marcella Soetanto  
44318010001

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Natasha Marcella Soetanto  
NIM : 44318010001  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Advertising & Marketing Communication  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI *CYBER BEAUTY VLOGGER* NADYA  
AQILLA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* HMNS

Dengan ini menyatakan bahwa penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil dari karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan ini bukan merupakan hasil plagiarisme atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas akan sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta 10 Febuari 2022,  
Yang membuat pernyataan



Natasha Marcella Soetanto

Pembimbing

(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI *CYBER BEAUTY VLOGGER*  
NADYA AQILLA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*  
HMNS**

Nama : Natasha Marcella Soetanto

NIM : 44318010001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 10 Februari 2022

UNIVERSITAS  
Mengetahui,  
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing

(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI *CYBER BEAUTY VLOGGER***  
**NADYA AQILLA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE***  
**HMNS**

Nama : Natasha Marcella Soetanto  
NIM : 44318010001  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 10 Februari 2022

Ketua Sidang

**Dr. Farid Hamid, M.Si**

(  )

Penguji Ahli

**Muthia Rahayu, M.Ikom**

(  )

Pembimbing

**Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom**

(  )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI *CYBER BEAUTY VLOGGER*  
NADYA AQILLA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*  
HMNS**

Nama : Natasha Marcella Soetanto

NIM : 44318010001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 10 Februari 2022

Disetujui dan diterima oleh

Ketua Bidang Studi K. Pemasaran dan Periklanan

  
(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dosen Pembimbing

  
(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Ely Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Komunikasi *Cyber Beauty Vlogger* Nadya Aqilla dalam membangun *brand image* HMNS”. Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik berupa tenaga, pikiran maupun doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan waktu, ilmu dan tenaganya dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Elly Yuliawati, Dr. M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Farid Hamid Umarella, Dr.M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.A selaku Kepala Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Seluruh dosen program studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti.
6. Nadya Aqilla yang telah bersedia menjadi subjek penelitian untuk skripsi ini.
7. Ibu Novi selaku orang tua dan Rovio Ezra selaku kakak dari peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan menyelesaikan skripsi ini.

8. Andrew Denny, Btrarindra Prasnandasita, dan Dania Mariska sebagai *subscribers* dari Nadya Aqilla yang telah bersedia untuk membantu penelitian ini sebagai informan
9. Adibya Gozzy, Jihad Sabarudin, Putri Selena, dan Aisyah Azizah. Terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian selama masa perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
10. Serta semua pihak lainnya yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu oleh peneliti namun tidak sedikitpun mengurangi rasa hormat dan terima kasih.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan kinerja yang lebih baik pada masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 11 Januari 2022,



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Natasha Marcella Soetanto



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Natasha Marcella Soetanto  
44318010001

Strategi Komunikasi Cyber Beauty Vlogger Nadya Aqilla dalam Membangun Brand Image HMNS

Jumlah Halaman : xiv + 112 Halaman + 49 Lembar Lampiran  
Bibliografi : 41 acuan, Tahun 2006 – 2020

### ABSTRAK

Adanya perkembangan teknologi yang membuat masyarakat kini beralih dari yang dulunya menggunakan media konvensional akhirnya pindah ke media baru. Salah satu dari media baru yang digunakan zaman sekarang adalah media sosial. Adanya media sosial yang kini banyak digunakan sebagai *platform* yang penting untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Komunikasi Cyber, Strategi Komunikasi, dan Brand Image. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode atau pendekatan studi kasus (*case study*) dengan menggunakan paradigma konstruktivisme.

Hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti mendapatkan hasil bahwa komunikasi *cyber* yang dilakukan oleh Nadya Aqilla sudah sesuai dengan konsep dari tujuan dan strategi komunikasi bagi seorang *content creator*. Dalam penelitian ini juga peneliti memberikan saran kepada Nadya Aqilla agar strategi komunikasi yang dijalankan dapat mencapai tujuan komunikasi yang sudah ditetapkan dengan hasil yang maksimal. Adapun saran dari peneliti berupa: 1. Meningkatkan jumlah konten yang diunggah ke *platform youtube* milik Nadya Aqilla, dan 2. Menjelaskan secara singkat tentang detail kecil yang diperhatikan oleh Nadya Aqilla dalam pembuatan kontennya sehingga para penonton menjadi lebih teredukasi dengan detail-detail kecil yang diperhatikan oleh Nadya Aqilla.

Kata Kunci: *Komunikasi Cyber, Strategi Komunikasi, Youtube, Beauty Vlogger, Brand Image*





Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Natasha Marcella Soetanto  
44318010001

Cyber Communication Strategy of Beauty Vlogger Nadya Aqilla in Building  
Brand Image for HMNS

Jumlah Halaman : xiv + 112 Pages + 49 Attachments  
Bibliografi : 41 References, Year 2006 – 2020

### ABSTRACT

The technological developments that make people switch from using conventional media to finally move to using new media. One of the new media tools that are being used today is social media. The existence of social media itself is known to be widely used as an important platform for certain purposes. In this study, the researcher used the theory of Cyber Communication, Communication Strategy, and Brand Image. This research is qualitative research with a case study method and using the constructivism paradigm.

With this research, researcher get the result that the cyber communication carried out by Nadya Aqilla is in accordance with the concept of the means and communication strategy for a content creator. In this research, the researcher also gave suggestions to Nadya Aqilla so that the implementation of the communication strategy could achieve the communication goals that had been set with maximum results. The suggestions from the researcher are: 1. Increase the amount of content uploaded to Nadya Aqilla's youtube channel, and 2. Briefly explain the small details that Nadya Aqilla pays attention to in the creation of her content so that the audiences become more educated with the small details that are paid attention to. by Nadya Aqilla.

Keywords: *Cyber Communication, Communication Strategy, Youtube, Beauty Vlogger, Brand Image*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Akademis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
1.4.3 Manfaat Sosial.....	15
<b>BAB II.....</b>	<b>16</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
1.2 Kajian Teoritis.....	27
2.2.1 Komunikasi.....	27

2.2.2 Strategi Komunikasi.....	27
2.2.3 Computer-Mediated Communication.....	30
2.2.4 Komunikasi Cyber.....	32
2.2.5 Pemasaran Cyber.....	35
2.2.6 Youtube.....	37
2.2.7 Beauty Vlogger.....	37
2.2.8 Brand Image.....	38
<b>BAB III.....</b>	<b>39</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1. Paradigma Penelitian.....	39
3.2. Metode Penelitian.....	39
3.3. Subjek Penelitian.....	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Data Primer.....	42
3.4.2 Data Sekunder.....	43
3.5. Teknik Analisis Data.....	43
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV.....</b>	<b>46</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Gambaran Umum Beauty Vlogger.....	46
4.1.2 Gambaran Umum Beauty Vlogger Nadya Aqilla.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Komunikasi.....	56
4.2.2 Youtube.....	59
4.2.3 Beauty Vlogger.....	59
4.2.4 Brand Image.....	61

4.2.5 Strategi Komunikasi.....	68
4.2.5.1 Pengenalan Khalayak.....	68
4.2.6 Komunikasi Cyber.....	79
4.2.6.1 Karakteristik Media Cyber.....	81
4.2.7 Pemasaran Cyber.....	88
4.3 Pembahasan.....	90
4.3.1 Komunikasi.....	90
4.3.2 Strategi Komunikasi.....	91
4.3.2.1 Pengenalan Khalayak.....	91
4.3.3 Komunikasi Cyber.....	101
4.3.3.1 Karakteristik Media Cyber.....	101
4.3.4 Pemasaran Cyber.....	103
<b>BAB V.....</b>	<b>106</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran Akademis.....	111
5.2.2 Saran Praktis.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>118</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Youtube.....	3
Gambar 1.2 Beauty Vlogger Nadya Aqilla.....	4
Gambar 1.3 Beauty Vlogger Nadya Aqilla.....	4
Gambar 1.4. Channel Youtube Nadya Aqilla .....	5
Gambar 1.5 Konten-konten dalam Youtube Nadya Aqilla.....	7
Gambar 1.6 Beauty Vlogger Rachel Goddard.....	8
Gambar 1.7 Beauty Vlogger Tasya Farasya.....	9
Gambar 1.8. Komentar di Video Youtube Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME   Nadya Aqilla ....	10
Gambar 1.9. Video Youtube Nadya Aqilla: MY PERFUME COLLECTION!! Parfum Favorit Buat Cewe Cewe! Nadya Aqilla.....	11
Gambar 1.10. Video Youtube Nadya Aqilla: REVIEW PARFUM MINISO! DUPE PERFUME HIGH END   Nadya Aqilla.....	12
Gambar 1.14. Video Youtube Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME   Nadya Aqilla .....	12
Gambar 1.11. Komentar di Video Youtube Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME   Nadya Aqilla .....	13
Gambar 4.1.2.1. Beauty Vlogger Nadya Aqilla.....	47
Gambar 4.1.2.2. Beauty Vlogger Nadya Aqilla.....	48
Gambar 4.1.2.3 Tampilan Blog Nadya Aqilla.....	49
Gambar 4.1.2.4 Channel Youtube Nadya Aqilla.....	50
Gambar 4.1.2.5 Tampilan Instagram Nadya Aqilla.....	51
Gambar 4.1.2.6. Konten Instagram Nadya Aqilla.....	51
Gambar 4.1.2.7 Salah Satu Konten dalam Instagram Nadya Aqilla.....	52

Gambar 4.1.2.8. Tampilan Tiktok Nadya Aqilla.....	53
Gambar 4.1.2.9. Konten-konten Tiktok Nadya Aqilla.....	53
Gambar 4.1.2.10. Konten-konten dalam Youtube Nadya Aqilla.....	54
Gambar 4.2.1.1. Tampilan Blog Nadya Aqilla.....	57
Gambar 4.2.3.1 Komentar dalam konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME.....	60
Gambar 4.2.3.2 Komentar dalam konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME.....	61
Gambar 4.2.4.1 Konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME.....	62
Gambar 4.2.3.2 Testimoni Masyarakat Mengenai Parfum Orgasm dari HMNS.....	63
Gambar 4.2.3.3 Kampanye Sosial yang Dilakukan oleh HMNS.....	64
Gambar 4.2.3.4. Tampilan website HMNS.....	65
Gambar 4.2.5.1.1 Salah Satu Komentar Penonton Youtube Nadya Aqilla....	79
Gambar 4.2.6.1 Konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME.....	79
Gambar 4.2.6.2. Komentar Para Penonton di Video Nadya Aqilla.....	80
Gambar 4.2.6.3 Komentar Para Penonton di Video Nadya Aqilla.....	81
Gambar 4.2.6.1.1 Saran Penonton untuk Me-review Parfum Lainnya.....	81
Gambar 4.2.6.1.2. Saran Penonton untuk Me-review Parfum Lainnya.....	82
Gambar 4.2.6.1.3. Interaksi Nadya Aqilla dan Subscribers di Kolom Komentar.....	83
Gambar 4.2.6.1.4. Interaksi Nadya Aqilla dan Subscribers di Kolom Komentar.....	83
Gambar 4.2.6.1.5. Komentar dalam Konten Nadya Aqilla: BEST!! SKINCARE LOCAL UNTUK ACNE PRONE SKIN! Jerawat, Bruntusan, Bekas Jerawat  Nadya Aqilla.....	83

Gambar 4.2.6.1.6. Komentar dalam Konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE?   REVIEW MOP (MOTHER OF PEARL) BY TASYA FARASYA.....	84
Gambar 4.2.6.1.7 Komentar dalam Konten Nadya Aqilla:EMINA SQUEEZE ME UP REVIEW! LIP MATTE, LIP GLASS, CONCEALER, BROWCARA, MASCARA, SEMUA! Nadya Aqilla.....	84
Gambar 4.2.6.1.8. Komentar yang Dibalas oleh Nadya Aqilla.....	85
Gambar 4.2.6.1.9. Komentar yang Dibalas oleh Nadya Aqilla.....	85
Gambar 4.2.6.1.10 Komentar Saran atau Permohonan untuk Video Selanjutnya.....	86
Gambar 4.2.6.1.11 Komentar Saran atau Permohonan untuk Video Selanjutnya.....	86
Gambar 4.2.6.1.12 Komentar dalam Konten Nadya Aqilla:GRWM BALI GLOWING MAKEUP   Nadya Aqilla   Indonesia.....	87
Gambar 4.2.7.1 Komentar dalam konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME.....	89
Gambar 4.3.18 Komentar dalam konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME.....	89
Gambar 4.2.7.2 Komentar dalam konten Nadya Aqilla: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME.....	89
Gambar 4.3.2.1.1 Makeup, Outfit, dan Hair Do Nadya Aqilla dalam konten: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME...	94
Gambar 4.3.2.1.2 Makeup, Outfit, dan Hair Do Nadya Aqilla dalam konten: WORTH THE HYPE? REVIEW PARFUM LOKAL HMNS PERFUME...	95
Gambar 4.3.2.1.4 Ekspresi Nadya Aqilla dalam video youtube.....	96
Gambar 4.3.2.1.5 Suasana Pengambilan Gambar Video Nadya Aqilla.....	96
Gambar 4.3.2.1.6 Studio Nadya Aqilla.....	98
Gambar 4.3.2.1.7 Set-up Studio Nadya Aqilla.....	98