

## Efektivitas selebgram sebagai endorser produk mode di instagram (studi pada Uniqlo Indonesia) = Effectiveness of selebgram as fashion products endorser in instagram a study of Uniqlo Indonesia

Juliana Cicelia Dosi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446929&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Khalayak kini lebih mempercayai ulasan dan pengalaman penggunaan produk yang mereka dapatkan di internet ketimbang pesan iklan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemasar untuk dunia online adalah dengan menggunakan strategi influencer marketing. Influencer adalah mereka yang bertindak sebagai endorser, baik selebriti atau konsumen biasa yang dibayar untuk mem posting foto/tulisan/video pada laman media sosial pribadinya dengan tujuan promosi sebuah produk maupun jasa. Strategi ini digunakan untuk meningkatkan kesadaran khalayak terhadap suatu brand maupun jasa melalui media sosial yang dianggap dekat dengan khalayak. Media sosial kini menghadirkan konsep selebriti baru yaitu selebriti online, pada Instagram dikenal dengan Selebgram. Ketenaran dan tingginya respon khalayak pada Selebgram inilah yang dimanfaatkan pengiklan sebagai influencer, salah satu brand yang menggunakan Selebgram dalam strategi pemasarannya adalah UNIQLO Indonesia. Walaupun UNIQLO merupakan brand fashion yang berasal dari Jepang tetapi mereka memiliki akun khusus untuk Indonesia dan cukup aktif. UNIQLO Indonesia secara rutin menggunakan banyak selebgram untuk mempromosikan produknya di Instagram. Tiap bulannya UNIQLO Indonesia menggunakan banyak selebgram untuk mendukung lebih dari tiga produknya. Selebgram yang dinilai berdasarkan market reach, frequency of impact, quality of impact, dan closeness to decision.

<hr />

#### <b>ABSTRACT</b><br>

Nowadays, audiences tend to trust reviews and experience they get from the internet rather than advertising. So, marketers use influencer marketing to reach the audiences. Influencers are those who act as an endorser, either celebrities or ordinary consumers who are paid to post a photo article video on their social media account with the aim of promotion of a product or service. This strategy is used to increase brand or services awareness through social media which has significantly impacted most of their audiences daily live. Social media is now presenting a new concept of celebrity, an online celebrity, that on Instagram was known as Selebgram. Advertiser uses Selebgram rsquo s fame and the high engagement rate to influence their audience about their brands or services. One of the brands in Indonesia that uses Selebgram in their marketing strategy is UNIQLO Indonesia. Even though UNIQLO is a fashion brand from Japan, but they have an impressive social media presence in Indonesia. Constantly, UNIQLO Indonesia uses Selebgram to promote their products in Instagram. The measurement criteria for influencers are market reach, frequency of impact, quality of impact, and closeness to decision.