

Pengaruh pesan beauty vlogger sebagai social media influencer terhadap pembentukan persepsi konsumen studi pada produk maybelline fit me = The message impact of beauty vlogger as social media influencer on the formation of consumer perceptions study on brand maybelline fit me

Putri Sarah Andiani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472559&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan banyaknya merek kosmetik, persaingan antara masing-masing merek pun tak terhindarkan. Tidak sedikit dari merek kosmetik yang berlomba-lomba untuk mengeluarkan beragam produk dan menarik perhatian konsumennya melalui beragam cara. Kini beauty vlogger yang hadir sebagai social media influencer dijadikan sebagai referensi dalam mencari informasi mengenai berbagai merek kosmetik, salah satunya pada produk Maybelline Fit Me. Melalui video review yang diunggah ke dalam YouTube, beauty vlogger menyampaikan pengetahuan dan pendapatnya mengenai produk kosmetik yang kemudian membantu pembentukan persepsi konsumen dari produk tersebut. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivis dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pesan beauty vlogger sebagai social media influencer terhadap pembentukan persepsi konsumen atas produk Maybelline Fit Me. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner online kepada 100 responden. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari beauty vlogger sebagai social media influencer yang cukup kuat dalam pembentukan persepsi atas produk Maybelline Fit Me.

<hr>

ABSTRACT

With so many cosmetic brands, the competition between each brand was inevitable. Most of the cosmetic brands are competing to exclude a variety of products and attract the attention of consumers through various ways. Now beauty vlogger known as a social media influencer serve as a reference in finding information about various brands of cosmetic, and one of them is is Maybelline Fit Me products. Through a video review uploaded onto YouTube, beauty vlogger conveys their knowledge and opinions on cosmetic products that then can help shape consumer perceptions of the product. The paradigm used in this research is positivist with quantitative approach. This quantitative study was conducted to analyze the influence of beauty vlogger messages as social media influencers on the formation of consumer perceptions of Maybelline Fit Me products. Data collection was done by using an online questionnaire to 100 respondents. The result in this study indicate the influence of beauty vlogger as a social media influencer is strong enough in the formation of perceptions of Maybelline Fit Me products.