

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Judul (English)	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Diagram	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kajian Pustaka	6
1.5 Kerangka Teori	8
1.6 Metode Penelitian	10
1.6.1 Jenis dan Metode Penelitian	11
1.6.2 Unit Analisis Data	12
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	13
1.6.4 Teknik Analisis Data	14

1.6.5	Sistematika Penulisan	16
 BAB II DINAMIKA DAN PERKEMBANGAN PEMASARAN INDUSTRI KOSMETIK		
.....		18
2.1	Kemunculan Pemasaran Industri Kosmetik	18
2.2	Televisi dan Periklanan Sebagai Invasi Masyarakat Postmodern	23
2.3	Transformasi Periklanan Industri Kosmetik di Era Media Sosial	29
2.4	Agensi Influencer: Dinamika Periklanan Industri Kosmetik	34
 BAB III ALUR KERJA MANAJEMEN INFLUENCER.....		38
3.1	Beauty Influencer: Wajah Cantik di Dunia Industri Kosmetik	38
3.2	Membedah Mekanisme Alur Kerja Manajemen Influencer	50
3.2.1	Tahap Sebelum Kampanye Produk Kecantikan	57
3.2.2	Tahap Kampanye Produk Kecantikan	65
 BAB IV MAGIS KECANTIKAN: PERAN BEAUTY INFLUENCER DALAM		
MEMBENTUK CITRA PRODUK.....		75
4.1	Dibalik Layar Simulakra: Strategi Beauty Influencer dalam Permainan Tanda	
Produk.....		75
4.1.1	Menyatu dalam Narasi: Antara Storyline dan Caption dalam Konten Beauty	
Influencer.....		78
4.1.2	Transformasi Keindahan: Keajaiban “Before-After” dan Tema Must Have oleh	
Beauty Influencer		87
4.1.3	Gabungan Konten Kampanye dan Keseharian dalam Lanskap Pemasaran	91
4.2	Algoritma dan Reproduksi Citra: Bagaimana Simulakra Digital Semakin	
Mendorong Hasrat Konsumsi.....		94



4.2.1 Penyeragaman Citra dalam Algoritma Melalui Tagar (Hashtag)	96
4.2.2 Pemanfaat Fitur Insight untuk Meraih Respon Optimal.....	99
BAB V PENUTUP	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Limitasi.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108

Daftar Gambar

Gambar 3. 1 Tangkapan Layar Unggahan Instagram @Idillah	40
Gambar 3. 2 Tangkapan Layar Unggahan Instagram @fitrinh610	42
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar Unggahan Instagram @fitrinh610	48
Gambar 3. 4 Tangkapan Layar Unggahan Instagram @rfmanagement__	52
Gambar 3. 5 Tangkapan Layar Unggahan Instagram @candyfluencer	53
Gambar 3. 6 Tangkapan Layar Unggahan Instagram @rfmanagement__	59
Gambar 3. 7 Tangkapan Layar Instagram Story Akun Instagram @candyfluencer dan @rfmanagement__ dalam Proses Perekrutan Influencer	62
Gambar 3. 8 Tangkapan Layar Instagram Story Akun Instagram @rfmanagement__	64
Gambar 3. 9 Tangkapan Layar Grup Besar Whatsapp @candyfluencer.....	69
Gambar 3. 10 Tangkapan Layar Insight Instagram @anggitadw.20.....	72
Gambar 3. 11 Tangkapan Layar Grup Besar Whatsapp Candyfluencer	73
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Unggahan Produk Pada Instagram @immata_p.....	77
Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Akun Instagram @anggitadw.20	79
Gambar 4. 3 Tangkapan Layar Komentar Pada Unggahan Akun Instagram @anggitadw.20	81
Gambar 4. 4 Tangkapan Layar Unggahan dan Komentar Akun Instagram @fitrinh610 ..	82
Gambar 4. 5 Tangkapan Layar Unggahan Kampanye Produk Elsheskin Pada Akun Instagram @immata_p dan @fitrinh610	85
Gambar 4. 6 Tangkapan Layar Caption Unggahan Kampanye Produk Elsheskin Pada Akun Instagram @immata_p dan @fitrinh610	85
Gambar 4. 7 Tangkapan Layar Caption Unggahan Kampanye Produk Elsheskin Pada Akun Instagram @immata_p dan @fitrinh610	86



Gambar 4. 8 Tangkapan Layar Unggahan “Before-After” Pada Akun Instagram

@fitrinh610	88
Gambar 4. 9 Tangkapan Layar Unggahan “Must-Have” Pada Akun Instagram @ldillah. 89	
Gambar 4. 10 Tangkapan Layar Akun Instagram @Anggitadw.20	92
Gambar 4. 11 Tangkapan Layar Tagar #scarlettapprove dan #scarlettpunyabukti	97
Gambar 4. 12 Tangkapan Layar Instagram Engagement Akun @Fitrinh610 yang terafiliasi dengan RF Management.....	100



Daftar Diagram

Diagram 3. 1 Pola Perekrutan Influencer Oleh Manajemen Influencer	61
Diagram 3. 2 Langkah-Langkah Pelaksanaan Kampanye.....	66