

Daftar Isi

Abstrak	2
Kata Pengantar	4
Halaman Persembahan	5
Lembar Pengesahan	6
Pernyataan Bebas Plagiasi	7
Daftar Isi	8
BAB I PENDAHULUAN	12
A. Latar Belakang	12
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	16
E. Kerangka Pemikiran	17
E.1 Komunikasi di Media Sosial	17
E.2 Posisi <i>Influencers</i>	20
E.3 Gaya Komunikasi dalam Konten Kreatif	24
F. Kerangka Konsep	30
F.1 Unsur-unsur konten kreatif	31
F.2 Unit Kajian dan Operasionalisasi	34
G. Metodologi Penelitian	36
G.1 Metode Penelitian	36
G.2 Objek Penelitian	37
G.3 Teknik Pengumpulan data	38
G.4 Teknik Analisis Data	38
BAB II NEW CELEBRITY DALAM CONTENT MARKETING	40
A. New Celebrity	40
A.1 Bentuk Kerjasama Selebriti	40
A.2 Komunikasi di Media Baru	42
A.3 <i>Beauty Influencers</i>	45

B. Content Marketing	49
B.1 Manfaat Pembuatan Konten Kreatif	50
B.2 Proses Pembuatan Konten Kreatif	53
B.3 Strategi Kreatif	54
C. Kreator Konten Media Sosial	56
C.1 Media sosial dalam media baru	56
C.2 Tren komunikasi kreatif di media sosial	61
BAB III PROFIL BEAUTY INFLUENCERS	67
A. Profil Umum <i>Beauty Influencers</i>	67
B. Cinderella	68
C. Nanda Arsyinta	72
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS	75
A. Produk dan Aktivitas <i>Endorsement</i>	75
B. Ekspresi Konten	88
C. Peran Influencers	108
D. Analisis	109
BAB V PENUTUP	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran	116
Daftar Pustaka	118
Lampiran	123

Daftar Bagan

Bagan 1.1 <i>Twitter Audience Engagement</i>	27
Bagan 2.1 <i>Content Marketing Definition</i>	49
Bagan 2.2 <i>The four pillars of successful content</i>	50
Bagan 2.3 <i>Social media triangle</i>	57

Daftar Tabel

Tabel 2.1 <i>Comparison of traditional 4P's model and the S.A.V.E. framework</i>	54
----------------------------------------------------------------------------------------	----

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Perbandingan jenis konten favorit masyarakat urban dan rural	60
Gambar 2.2 Foto pemandangan saat traveling dalam akun IG @npmalina	63
Gambar 2.3 Foto diri yang diambil dengan artistik saat traveling dalam akun IG @npmalina	63
Gambar 2.4 <i>Screenshot</i> konten traveling berbentuk vlog dalam akun YouTube Rachel Goddard	63
Gambar 2.5 Contoh konten ootd di Instagram dalam akun IG @jkeely_	64
Gambar 2.6. Contoh konten traveling yang menggabungkan konsep ootd dalam fashion dalam akun IG @nandaarsynt	64
Gambar 2.7 Foto kuliner dalam bentuk flat lay dalam akun IG @togipanjaitan	65
Gambar 2.8 Foto kuliner jajanan kaki lima dengan penjelasan singkat dalam narasi pendek dalam akun IG @chacha_pinpin	65
Gambar 2.9 <i>Screenshot</i> contoh bentuk konten yang menunjukkan proses aplikasi produk dalam akun YouTube Lizzie Parra	66
Gambar 3.1 Halaman depan akun YouTube Cinderella	69
Gambar 3.2 Riasan karakter oleh Mimi Choi dalam akun IG @mimles	70
Gambar 3.3 Riasan karakter oleh James Charles dalam akun IG @jamescharles	70
Gambar 3.4 Foto dengan riasan karakter wajah dalam akun IG @cinderella	70
Gambar 3.5 Video riasan karakter wajah dalam akun YouTube cinderella	70
Gambar 3.6 <i>Screenshot</i> konten IG Cinderella dalam momen penerimaan penghargaan InfluenceAsia 2017	71
Gambar 3.7 Halaman depan akun YouTube Nanda Arsyinta	72

Gambar 3.8 Halaman depan akun Instagram @nandaarsynt	72
Gambar 3.9 <i>Screenshot thumbnail</i> konten mengenai masa pubertas Nanda di akun YouTube	73
Gambar 3.10 <i>Screenshot thumbnail</i> konten YouTube Nanda ketika diundang Presiden Jokowi ke Istana Negara	74
Gambar 4.1 Konten IG @nandaarsynt yang memperlihatkan produk dari Sariayu...	81
Gambar 4.2 <i>Screenshot</i> konten YouTube Nanda Arsyinta yang mengangkat konten produk lokal	81
Gambar 4.3 <i>Screenshot</i> konten YouTube Cinderella merias wajah hanya dengan menggunakan produk dari Maybelline	81
Gambar 4.4. Konten IG @cinderella hanya memakai produk Maybelline.....	81
Gambar 4.5. Konten IG @cinderella bersama <i>beauty vlogger</i> Indonesia dan mancanegara Pearypie	83
Gambar 4.6 Konten IG @cinderella bersama <i>beauty influencer</i> Amerika James Charl	83
Gambar 4.7 Konten IG @cinderella sebagai juri dalam kontes beauty vlogger by NYX	83
Gambar 4.8 Cinderella dalam acara <i>meet&greet</i> yang diadakan oleh NYX	83
Gambar 4.9 Cinderella dalam acara jumpa fans bersama <i>beauty vlogger</i> lain dalam acara yang diadakan oleh Shiseido	83
Gambar 4.10 Cuplikan konten dalam IG @nandaarsynt bersama UCNews	84
Gambar 4.11 Nanda arsyinta dalam salah satu kegiatan Inflow Summit di Turki	84
Gambar 4.12 Cinderella melakukan <i>workshop</i> sebagai bentuk empowerment terhadap komunitas perempuan	84
Gambar 4.13 Cinderella membuat konten kolaborasi bersama drift car Community	84
Gambar 4.14 Hasil kolaborasi cinderella dalam platform digital para kreator konten	84
Gambar 4.15 Cinderella bersama komunitas beautyvlogger dalam acara YouTube Fanfest	84
Gambar 4.16 Konten YouTube Nanda Arsyinta kolaborasi dengan adik perempuan	85

Gambar 4.17 Bentuk endorsement Tokopedia dalam konten IG @nandaarsynt	87
Gambar 4.18 <i>Edorsement</i> Traveloka dalam IG @nandaarsynt	87
Gambar 4.19 Konten <i>endorsement</i> Traveloka do akun IG @cinderella di mana hal ini baru diketahui setelah memasukkan alamat dalam mesin pencari	87
Gambar 4.20 Salah satu kilasan konten yang menggambarkan konten YouTube terbaru di akun Cinderella	87
Gambar 4.21 Kilasan konten YouTube terbaru Nanda Arsyinta di Instagram	87
Gambar 4.22 Salah satu jenis konten cover lagu yang sering diunggah oleh Cinderella	88
Gambar 4.23 Salah satu konten yang dibuat bersama sang kekasih dalam kanal YouTube Nanda Arsyinta	88