

ABSTRAK

Seiring kemajuan teknologi dan komunikasi produsen *makeup* mulai merambah pengenalan produknya melalui para *beauty vlogger*. Abel Cantika salah satu *beauty vlogger* yang seringkali mengunggah video ulasan suatu produk kecantikan. Efektivitas *vlogger* terhadap *brand image* merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti, mengingat pengenalan produk dan citra produk adalah hal yang dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penggunaan *beauty vlogger* sebagai *endorser* dalam membentuk *brand image* produk Wardah Kosmetik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek penelitian ini adalah *comment* dari *viewers* video *Youtube Wardah One Brand Makeup Tutorial* Akun Abel Cantika. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam yang ditujukan kepada *viewers* dan komentator pada video *Youtube Wardah One Brand Makeup Tutorial* Akun Abel Cantika. Hasil penelitian menunjukkan *beauty Vlogger* Abel Cantika dapat membangun citra merek (*brand image*) yang baik dilihat dari *review*nya yang menjelaskan secara informatif di mana *viewers* dapat mengetahui lebih jelas mengenai manfaat serta kegunaan dari produk-produk Wardah Kosmetik dan tidak hanya itu saja dengan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen dengan informasi yang diberikan oleh Abel Cantika sehingga konsumen mengetahui produk serta kualitas yang ada didalam produk tersebut. Penggunaan *beauty vlogger* menjadi salah satu media promosi dan dapat juga membangun *brand image*.

Kata kunci : *beauty vlogger*, *endorser*, *brand image*, Wardah Kosmetik

ABSTRACT

Along with the development of technology and communication make up producers start to introduce their products by utilizing beauty vlogger. Abel Cantika is one of the beauty vloggers who often uploads videos of beauty product review. Vlogger effectiveness toward brand image is an interesting thing to do a research, considering product introduction and product image are things developing consumers' loyalty. The objective of this research is to know the use of this research uses descriptive research method with qualitative approach. The object of this research is viewers' comment on Ael Cantika's Wardah one Brand make up tutorial on youtube. Data collection technique is done by doing in depth interview toward the viewers and commentators of Abel Cantika's Wardah one brand make up tutorial on youtube. The research result shows that beauty vlogger Abel Cantika is able to develop good brand image seen from her review explaining informatively that the viewers can understand more clearly about the use of Wardah cosmetics products, besides, by integrated Marketing communication done is able to introduce the product to the consumers by the information given by Abel cantiks do that the consumers know the products with the quality in the products. The use of beauty vloggers becomes one of promoting media and is also able to develop brand image.

Kata kunci : *beauty vlogger, endorser, brand image, Wardah Kosmetik*