

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR DIAGRAM .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2. Manfaat Praktis .....	10
1.5. Teori dan Konsep .....	11
1.5.1. Teori Kredibilitas Sumber .....	11
1.5.2. Kredibilitas Endorser .....	14
1.5.3. Media Exposure .....	17
1.5.3. Beauty Vlogger .....	19
1.5.4. Brand Image .....	23

1.6. Kerangka Konsep .....	25
1.7. Hipotesis .....	25
<b>BAB II .....</b>	<b>27</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>27</b>
2.1. Media Baru .....	27
2.1.1. Pengertian Media Baru .....	27
2.1.2. Media Baru Dalam Studi Komunikasi .....	27
2.1.3. Media Sosial .....	29
2.1.4. Sejarah Media Sosial .....	30
2.1.5. Ciri-ciri Media Sosial .....	31
2.1.6. Jenis – Jenis Media Sosial .....	31
2.2. Khalayak atau Audience .....	33
2.2.1. Perilaku Khalayak Aktif dalam Komunikasi Massa .....	33
2.2.2. Terpaan Media (Media Exposure) .....	33
2.2.3. Sikap Khalayak dalam Media Sosial .....	34
2.3. Youtube .....	37
2.3.1. Perkembangan Youtube di Indonesia .....	37
2.3.2. Pengertian Youtube .....	38
2.3.3. Beauty Vlogger .....	40
2.3.4. Perkembangan Beauty Vlogger di Indonesia .....	41
2.3. Brand Image .....	43
2.4.1. Pengertian Brand Image .....	43
2.4.2. Faktor – Faktor yang Membentuk Brand Image .....	47
2.4.3. Komponen Brand Image .....	48
2.5. Penelitian Sebelumnya .....	50
<b>BAB III .....</b>	<b>52</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>

3.1. Jenis Penelitian .....	52
3.2. Definisi Operasional .....	52
3.3. Populasi dan Sampel .....	53
3.4. Sumber Data .....	58
3.4.1. Data Primer .....	60
3.4.2. Data Sekunder .....	60
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabelitas .....	65
3.7. Teknik Analisis Data Kuantitatif .....	66
3.7.1. Uji Normalitas Data .....	66
3.7.2. Uji Koefisien Korelasi .....	67
3.7.3. Koefisien Determinasi .....	68
3.7.4. Analisis Deskriptif .....	69
3.7.5. Analisis Regresi Linier Ganda .....	71
3.7.6. Uji Hipotesis .....	71
BAB IV .....	74
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	74
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	74
4.1.1. Alifah Ratu Saelynda .....	76
4.1.2. “Cobain Full Coverage Base Makeup dari PIXY 4BB PIXY ONE BRAND MAKEUP TUTORIAL” .....	76
4.1.3. PIXY .....	80
4.2. Karakteristik Responden .....	80
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah .....	81
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	83
4.2.3. Karakteristik Responden Pengeluaran dalam satu Bulan .....	83

4.3. Deskripsi Variabel .....	84
4.3.1. Kredibilitas Beauty Vlogger (X <sub>1</sub> ) .....	85
4.3.2. Media Exposure (X <sub>2</sub> ) .....	90
4.3.3. Brand Image (Y) .....	93
4.4. Analisis Deskriptif .....	96
4.5. Hasil Uji Normalitas Data .....	97
4.6. Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	99
4.7. Hasil Uji Regresi .....	100
4.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	101
4.9. Hasil Uji t .....	109
4.10. Hasil Uji F .....	112
4.11. Pembahasan .....	114
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>119</b>
5.1. Kesimpulan .....	119
5.2. Saran .....	120

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Karakteristik responden berdasarkan asal daerah .....	81
Diagram 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	83
Diagram 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran dalam satu bulan .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna youtube di Indonesia 2019 .....	2
Gambar 1.2 Kerangka konsep.....	24
Gambar 4.1 Channel Youtube Alifah Ratu Saelynda .....	64
Gambar 4.2 Foto Alifah Ratu di Instagram .....	65
Gambar 4.3 Video One Brand Make Up tutorial Pixy .....	66
Gambar 4.4 Logo Pixy .....	67

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Beauty Vlogger Indonesia .....	4
Tabel 1.2 Tabel Daftar Beauty Vlogger dengan Konten Video 4BB PIXY .....	8
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	44
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kredibilitas Beauty Vlogger .....	53
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Media Exposure .....	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Brand Image .....	53
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.1 Alifah Ratu menyampaikan review sambil memperlihatkan produk dan wajahnya setelah memakai produk.....	86
Tabel 4.2 Alifah Ratu mahir dalam menggunakan peralatan make up sehingga make up yang dihasilkan rapi.....	86
Tabel 4.3 Alifah Ratu yang memiliki gaya sederhana dan ramah menjadikan daya tarik tersendiri dibanding beauty vlogger lain .....	87
Tabel 4.4 Alifah Ratu adalah salah satu beauty vlogger yang memiliki banyak subscribers dan saya termasuk subscriber .....	88
Tabel 4.5 Saya dan Alifah Ratu memiliki kesamaan kebutuhan produk .....	88
Tabel 4.6 Saya menonton video yang sama dari Alifah Ratu lebih dari satu kali .....	89
Tabel 4.7 Saya menonton video Alifah Ratu dari awal sampai akhir dan tidak melewatnya.....	92
Tabel 4.8 Saat menonton video Alifah Ratu, saya hanya fokus dan tidak melakukan kegiatan lainnya .....	92

Tabel 4.9 Produk Pixy mempunyai packaging dan logo yang menunjukkan identitas produk sehingga mudah dikenali .....	94
Tabel 4.10 Pixy adalah merek yang akan saya ingat apabila saya ingin membeli kosmetik karena kualitas produknya bagus dan harga yang terjangkau.....	95
Tabel 4.11 Menurut saya, Pixy yang memiliki style make up Tokyo menjadikan ciri khas tersendiri dibanding dengan pesaing lainnya.....	96