

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* TASYA FARASYA SEBAGAI
BEAUTY INFLUENCER MELALUI YOUTUBE**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh

FARICHA LEYLA FATMASITTA

20150530081

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Faricha Leyla Fatmasitta
Nomor Mahasiswa : 2015053008
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul skripsi:

**"ANALISIS *PERSONAL BRANDING* TASYA FARASYA SEBAGAI
BEAUTY INFLUENCER MELALUI YOUTUBE"**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 Juli 2019



Faricha Leyla Fatmasitta

MOTTO

“Jangan panik, jangan panik.”

-Faricha Leyla-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, terimakasih saya kepada Tuhan semesta alam atas seluruh limpahan kasih sayang, kekuatan, ujian, dan kemudahan yang dihidiahkannya selama ini, sehingga saya pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang telah senantiasa membantu, menemani, menenangkan, serta selalu mendoakan saya dalam melewati seluruh proses penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini saya ingin mempersembahkan karya ini kepada:

1. Mama, Papa, juga Thoriq yang tidak pernah pergi dan selalu tinggal bersama saya, karena kami adalah keluarga. Terimakasih atas seluruh kepercayaan yang kalian berikan kepada saya. Perjuangan dan doa yang gigih dan serta kasih sayang dengan tiada henti tersebut membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih lagi, ya?
2. Keluarga besar saya. Terimakasih untuk semua do'a yang selalu kalian selipkan diam-diam setelah sholat dan saat bangun malam. Terimakasih juga untuk semua kasih sayang, dukungan, serta motivasi baik secara moril maupun materil sehingga saya dapat sampai pada titik ini.
3. Terimakasih Sahabatku sejak SMP, Shafir Walida Haq yang menjadi salah satu kunci kesuksesan skripsi saya. Terimakasih untuk semua kerepotan, kebingungan, dan kesulitan kamu selama berjuang bersama saya. Tanpa kamu skripsi ini tidak akan pernah selesai.

Untuk diri saya sendiri, Faricha Leyla Fatmasitta, kamu hebat bisa melawan semua kepanikan, menyelesaikan kewajiban, dan akhirnya kamu sampai pada titik ini, terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Faricha Leyla Fatmasitta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat kesehatan, rezeki, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan hasil karya yang dibuat penulis sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis sadar bahwa karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat terbuka untuk berdiskusi apabila ada saran dan kritik yang bermanfaat agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Pada saat menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam hal moral maupun materil, untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid S.IP, M.Sc. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.Sos, M.Si. selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang selalu bersabar dalam membimbing saya mengerjakan skripsi ini, mohon maaf apabila selama ini saya selalu merepotkan ibu.
4. Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si, Bapak Taufiqurrahman, S.IP, MA, Ph.D dan Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku Dosen Penguji, yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi.
6. Pak Jono, Pak Mur, dan seluruh Staf Tata Usaha Prodi Ilmu Komunikasi yang banyak membantu, mengayomi dan menjawab berbagai pertanyaan terkait administrasi.
7. Tasya Farasya, *My Queen, My Mumsky, My Role Model. I Love You*
8. Muhammad Choiril Syaifuddin, terimakasih untuk selalu ada sejak tahun 2014, kita harus tetap bersaing dalam prestasi.
9. Shafir Walida Haq, Galuh Azizah Fahariyanti, dan Fikri Wildan Nasution yang selalu dan akan terus selalu jadi teman baikku sampai tua.
10. Nailil Fithri, Salsabila Amjad, dan Annisa Anryani terimakasih untuk seluruh pelukan *online* kalian.
11. MY LOL Putri Citra Larasati, Dimas Mandegani, dan Laila Rahmi yang selalu berisik sejak 2015, tanpa kalian pasti masa kuliahku akan sangat senyap dan tidak meriah sama sekali.
12. Cucu Embah Pines, April, Okt, Fida, Zulma, Anggi, Linda, dan Ummi Evik yang selalu menenangkan aku saat panik dan selalu bantu aku dalam kesulitan. Semoga Allah memudahkan semua urusan kalian.
13. Mba Ancak Khanza Nabila Iftina yang sudah kuanggap seperti kakakku sendiri dan selalu memberi nasehat bermakna.

14. Adik-adikku, Fitriana Nur Annisa dan Annisa Nur Utami, saat mengetik ini, aku baru sadar kalau beberapa unsur nama kalian ternyata mirip.
15. Zahida Haibah, Nafisah Rahmi, Penti Arum, dan Rizka Aulia, kalian adalah saksi perjuanganku selama ini. Terimakasih untuk seluruh kebaikan hati kalian.
16. Ipen, Krisna dan Syafi'i yang selalu menyebarkan tapi *jokesnya* kadang boleh juga.
17. Semua teman-teman Vegas dan Galaxy.
18. Teman-teman Ilmu Komunikasi UMY 2015 yang luar biasa, tetap semangat berkarya sehingga menginspirasi banyak orang. Terima Kasih.

Dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang tidak disengaja. Penulis berharap skripsi ini dapat diterima dan dapat dijadikan masukan yang berarti bagi kebaikan dan keberhasilan semua pihak. Akhir kata, kurang lebihnya mohon maaf dan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Faricha Leyla Fatmasitta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Secara Teoritis.....	8
2. Secara Praktis.....	8
E. Kajian Teori.....	9
1. Personal Branding.....	9
2. Media Baru.....	18
F. Metodologi Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Unit Analisis.....	24
3. Definisi Konseptual dan Operasional.....	25
4. Populasi dan Sampling.....	34
5. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	37
6. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	38
7. Teknik Analisis Data.....	41
G. Sistematika Penulisan.....	42

BAB II : GAMBARAN UMUM.....	43
A. Profil Tasya Farasya.....	43
B. Prestasi dan Pencapaian Tasya Farasya.....	45
C. Akun Youtube Tasya Farasya.....	51
D. Profil Coder.....	54
BAB III : PEMBAHASAN.....	55
A. Uji Reliabilitas.....	55
1. Aspek Spesialisasi Dimensi Kemampuan.....	58
2. Aspek Spesialisasi Dimensi Produk.....	61
3. Aspek Spesialisasi Dimensi Pelayanan.....	65
4. Aspek Kepemimpinan Dimensi <i>Trendsetter</i>	68
5. Aspek Kepemimpinan Dimensi Pengakuan.....	72
6. Aspek Perbedaan Dimensi <i>Lifestyle</i>	76
7. Aspek Perbedaan Dimensi Penampilan.....	81
8. Aspek Kesatuan.....	85
9. Aspek Niat Baik.....	89
B. Tingkat Kecenderungan Aspek <i>Personal Branding</i> dalam Akun Youtube Tasya Farasya	92
C. Analisis <i>Personal Branding</i> Tasya Farasya Sebagai <i>Beauty Influencer</i> Melalui Youtube	96
BAB IV : PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Laman Profile Youtube Tasya Farasya.....	3
Gambar 2.1	Foto Tasya Farasya	43
Gambar 2.2	Ekspresi Kebahagiaan Tasya Saat Menerima Penghargaan dalam Ajang Beauty Fest Asia 2018	46
Gambar 2.3	Penyanyi dan Aktris Sheryl Sheinafia Mewakilkkan Tasya Menerima Penghargaan.....	47
Gambar 2.4	Tasya Farasya Saat Re-Create Look Bibhu Mohapatra dalam Runway New York Fashion Week.....	48
Gambar 2.5	Kolaborasi Tasya Farasya dan Mineral Botanica “Henna Night Collection”.....	49
Gambar 2.6	Kolaborasi Tasya Farasya dan Elshe Skin “Nude Collection”.....	49
Gambar 2.7	Kolaborasi Tasya Farasya dan Focallure “The Needs”	49
Gambar 2.8	Beberapa Review <i>Beauty Influencer</i> dan Platform Beauty Network di Youtube Tentang Produk Kolaborasi Tasya Farasya.....	50
Gambar 2.9	Video Pertama Tasya Farasya di Youtube.....	51
Gambar 2.10	Contoh Video <i>Make Up Tutorial</i> di Youtube Tasya Farasya.....	52
Gambar 2.11	Contoh Video <i>Review</i> Produk di Youtube Tasya Farasya.....	53
Gambar 2.12	Contoh Video <i>Beauty Challenge</i> di Youtube Tasya Farasya.....	53
Gambar 2.13	Contoh Video Kolaborasi Tasya Farasya.....	53
Gambar 2.14	Profil Shafir Walida Haq.....	54
Gambar 2.15	Laman Female Daily Shafir Walida Haq.....	55
Gambar 3.1	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Spesialisasi Dimensi Kemampuan.....	60
Gambar 3.2	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Spesialisasi Dimensi Produk.....	64
Gambar 3.3	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Spesialisasi Dimensi Pelayanan.....	68
Gambar 3.4	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Kepemimpinan Dimensi <i>Trendsetter</i>	71

Gambar 3.5	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Kepemimpinan Dimensi Pengakuan	75
Gambar 3.6	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Perbedaan Dimensi <i>Lifestyle</i>	79
Gambar 3.7	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Perbedaan Dimensi Penampilan.....	84
Gambar 3.8	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Kesatuan Bersama Suami Tasya Farasya.....	87
Gambar 3.9	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Kesatuan Bersama Pengasuh Tasya Farasya Saat Kecil.....	88
Gambar 3.9	Contoh Video yang Mengandung <i>Personal Branding</i> Konsep Niat Baik (ft. Kekeyi Cantikka).....	91
Gambar 3.10	Jawaban Responden Mengenai Alasan Mereka Menyukai Tasya Farasya.....	97
Gambar 3.11	Jawaban Responden Mengenai Produk yang Dibeli Berdasarkan Hasil <i>Review</i> Tasya Farasya.....	98
Gambar 3.12	Ulasan Produk di Female Daily Network yang Dibeli Karena Pengaruh dari <i>Review</i> Tasya Farasya	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar <i>Beauty Influencer</i> dengan Jumlah Audiens terbanyak di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Ilustrasi Konseptualisasi dan Operasionalisasi.....	33
Tabel 1.3	Sampel Penelitian.....	35
Tabel 3.1	Jumlah Aspek Spesialisasi Dimensi Kemampuan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya.....	58
Tabel 3.2	Jumlah Aspek Spesialisasi Dimensi Produk yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya	62
Tabel 3.3	Jumlah Aspek Spesialisasi Dimensi Pelayanan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya.....	65
Tabel 3.4	Jumlah Aspek Kepemimpinan Dimensi <i>Trendsetter</i> yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya	69
Tabel 3.5	Jumlah Aspek Kepemimpinan Dimensi Pengakuan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya.....	73
Tabel 3.6	Jumlah Aspek Perbedaan Dimensi <i>Lifestyle</i> yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya.....	77
Tabel 3.7	Jumlah Aspek Perbedaan Dimensi Penampilan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya	82
Tabel 3.8	Jumlah Aspek Kesatuan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya.....	85
Tabel 3.9	Jumlah Aspek Niat Baik yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya.....	89
Tabel 3.10	Persentase Kecenderungan Aspek <i>Personal Branding</i> yang Muncul dalam Video-Video pada Akun Youtube Tasya Farasya.....	93