

**PENDAPAT *SUBSCRIBERS* MENGENAI *UNIQUENESS OF BRAND ASSOCIATION* PADA PRODUK EMINA MELALUI KANAL YOUTUBE  
*BEAUTY VLOGGER* NADYA AQILLA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjanah Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**ANNISA NOVIANINGSIH**

**1131003024**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.**

**Nama : Annisa Novianingsih**

**NIM : 1131003024**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 12 September 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Annisa Novianingsih

NIM : 1131003024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pendapat *Subscribers* mengenai *Uniqueness of Brand Association*  
pada Produk Emina Melalui Kanal YouTube *Beauty Vlogger* Nadya  
Aqilla

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si



Penguji I : Dra. Suharyanti, M.S.M



Penguji II : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 September 2017

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatnya, saya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, saya mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang selalu bersifat terbuka dalam membantu permasalahan mahasiswa baik yang sifatnya akademik maupun non akademik.
2. Miss Dianingtyas Murtanti Putri M.Si selaku dosen pembimbing magang dan skripsi yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi saran, memberi motivasi berharga untuk terus semangat menjalani hidup dan sukses menjalankan skripsi.
3. Ibu Suharyanti, Miss Dianingtyas Murtanti Putri, Ibu Tuti Widiastuti, Ibu Mirana Hanathasia, Miss Dessy Kania, Pak Pandit Soemawinata, Pak Erwin Airlangga, Ibu Leonita, Ibu Prima Mulya, Ibu Hesti, Pak Andreas Takdare dan dosen lainnya yang sudah memberikan ilmunya kepada saya, semoga ilmu yang diberikan bisa bermanfaat bagi saya di kemudian hari.
4. Kedua Orang dan saudara saya lainnya yang sudah memberikan dukungan baik moril dan materil serta doanya hingga saya dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
5. Fikrya Dzikrillya, Pusparini Anugerah, Viena Syafitriani dan Septian yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, kasih sayang, serta perhatiannya selama menjalani proses perkuliahan hingga menjalani pembuatan Tugas Akhir.

6. Teman-teman Marcomm Seger yang menjadi tempat berbagi cerita, berbagi kebahagiaan dan kesedihan dan memberi nasihat, hiburan, serta menghilangkan rasa lelah terutama dalam menyelesaikan Tugas Akhir
7. Teman-teman Seger Lover yang selalu menjadi penghibur dikala penat dan penyemangat selama proses perkuliahan dan proses pembuatan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman Marcommuilezer yang selalu berjuang bersama mengerjakan tugas membuat project-project branding dan tugas lainnya. Terimakasih atas suka duka, canda tawa dan pengalaman manis bersama selama berada dipeminatan Marketing Communication.
9. Teman-teman Komunal 2013 yang selalu menjadi penghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya selama ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini dikemudian hari. kiranya penelitian ini dapat membawa manfaat bagi sivitas akademik Universitas Bakrie dan pembaca sekalian.

Jakarta, 12 September 2017

Annisa Novianingsih

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Novianingsih  
NIM : 1131003024  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi- Kualitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (**Non-Exclusive Royaty Free Right**) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pendapat *Subscribers* mengenai *Uniqueness of Brand Association* pada Produk Emina Melalui Kanal YouTube *Beauty Vlogger* Nadya Aqilla”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepetingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 September 2017

Yang menyatakan,



Annisa Novianingsih

**PENDAPAT *SUBSCRIBERS* MENGENAI *UNIQUENESS OF BRAND ASSOCIATION* PADA PRODUK EMINA MELALUI KANAL YOUTUBE *BEAUTY VLOGGER* NADYA AQILLA**

**Annisa Novianigsih**

---

**ABSTRAK**

Pendapat *subscribers* mengenai *uniqueness of brand association* pada produk Emina melalui kanal YouTube *beauty vlogger* Nadya Aqilla. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pendapat *subscribers* mengenai *uniqueness of brand association* pada produk Emina melalui kanal YouTube *beauty vlogger* Nadya Aqilla dan mengetahui *point of parity* dan *point of difference* dari produk Emina melalui kanal YouTube *beauty vlogger* Nadya Aqilla. Didalam *uniqueness of brand association* terdapat *point of parity* yang digolongkan menjadi dua yaitu, *category point of parity* dan *competitive point of parity*. Selanjutnya terdapat *point of difference* yang terkait dengan dua pendekatan dalam pemasar yaitu, *unique selling proposition* dan *sustainable competitive advantage*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus dengan jenis studi kasus instrinsik. Dimana penulis ingin mengetahui pendapat *subscribers* mengenai produk Emina melalui kanal YouTube *beauty vlogger* Nadya Aqilla. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, menunjukkan adanya *point of parity* dan *point of difference* pada produk Emina melalui kanal YouTube *beauty vlogger* Nadya Aqilla dengan kompetitor sebagai produk kecantikan untuk remaja.

Kata kunci: *Uniqueness of Brand Association*, *Subscribers*, produk Emina , *Beauty Vlogger*, YouTube.

**SUBSCRIBERS OPINION ABOUT UNIQUENESS OF BRAND  
ASSOCIATION IN EMINA PRODUCTS THROUGH YOUTUBE CHANNEL  
BEAUTY VLOGGER NADYA AQILLA**

**Annisa Novianingsih**

---

**ABSTRACT**

Subscribers Opinion about uniqueness of brand association in Emina products through YouTube channel beauty vlogger Nadya Aqilla. The purpose of this research is to analyze the subscribers opinion about the uniqueness of the brand product association in Emina through YouTube channel beauty vlogger Nadya Aqilla and know the point of parity and a point of difference from Emina products through YouTube channel beauty vlogger Nadya Aqilla. In the uniqueness of brand association there is a point of parity are classified into two, category point of parity and competitive point of parity. Furthermore there is a point of difference related to the two approaches in the marketer that is, unique selling proposition and sustainable competitive advantage. The type of research used in this research is descriptive qualitative research in methods of case studies with the kind of case study. Where the author would like to know the subscribers opinion of regarding products Emina through YouTube channel beauty vlogger Nadya Aqilla. Based on the results of research and discussion, shows that there is a point of parity and a point of difference in the product Emina through YouTube channel beauty vlogger Nadya Aqilla with competitors as beauty products to teens.

Keywords: Uniqueness of Brand Association, Subscribers, Emina Cosmetics, YouTube, Beauty Vlogger.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRAC</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	15
2.2 Tinjauan Pustaka .....	25
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.2 <i>Brand Image</i> .....	27
2.2.2.1 Faktor-Faktor Pembentukan Citra Merek.....	27
2.2.3 <i>Social Media</i> (YouTube).....	29
2.2.4 <i>Video Blog (Vlog)</i> .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Metode Penelitian .....	33
3.2 Subjek Penelitian .....	34
3.3 Objek Penelitian .....	35
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Sumber Data .....	35
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	39
3.6 Teknik Analisa Data .....	44
3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	45
3.8 Keterbatasan Penelitian .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran Video YouTube akun <i>beauty vlogger</i> Nadya Aqilla yang berjudul “ <i>REVIEW : Emina Cosmetics Around The World Review &amp;Swatches</i> ” .....	46
4.1.2 Profil Produk Emina .....	47
4.1.3 Latar Belakang Subjek Penelitian .....	50
4.2 Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Hasil Analisa Uniqueness of brand association .....	55
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Analisis <i>point of parity</i> dan <i>point of difference</i> dalam <i>uniqueness of brand association dari pendapat subscribers</i> pada produk Emina melalui kanal YouTube <i>beauty vlogger</i> Nadya Aqilla .....	67
4.3.1.1 Point of Parity .....	67
4.3.1.2 Point of Difference .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan.....	75

5.2 Saran .....	76
5.2.1 Saran Akademis.....	76
5.2.2 Saran Praktis.....	76

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Perbedaan Remaja dari Tahun 2010 ke 2016.....	2
<b>Gambar 1.2</b>	Kosmetik di Era Digital .....	4
<b>Gambar 1.3</b>	<i>Screenshot</i> tampilan poster <i>beauty class</i> by Emina with Nadya Aqilla.....	10
<b>Gambar 1.4</b>	<i>Screenshot</i> Foto bersama <i>Beauty Vlogger</i> dalam <i>Even Emina Around The World</i> .....	10
<b>Gambar 1.5</b>	<i>Screenshot</i> Tampilan Video <i>Beauty Vlogger</i> Nadya Aqilla di Akun YouTube .....	14
<b>Gambar 1.6</b>	<i>Screenshot</i> Tampilan Video <i>Beauty Vlogger</i> Nadya Aqilla di Akun YouTube.....	12
<b>Gambar 2.2</b>	Kerangka Teori diolah oleh penulis.....	32
<b>Gambar 4.1</b>	Tampilan Video YouTube akun <i>beauty vlogger</i> Nadya Aqilla yang berjudul “ REVIEW : Emina Cosmetics Around The World Review & Swatches .....	46
<b>Gambar 4.2</b>	Logo Emina Cosmetics .....	47
<b>Gambar 4.3</b>	Foto Profile Informan Fikrya Dzikrillya .....	50
<b>Gambar 4.4</b>	Foto Profile Informan Intan Putri.....	51
<b>Gambar 4.5</b>	Foto Profile Informan Nursani Fauziyah .....	52
<b>Gambar 4.6</b>	Foto Profile Informan Deswita.....	53
<b>Gambar 4.7</b>	Foto Profile Maurizka Shafira .....	54
<b>Gambar 4.8</b>	<i>Screenshot Beauty Vlogger me-review produk sejenis</i> .....	67

<b>Gambar 4.9</b> Logo Emina Cosmetics .....	68
<b>Gambar 4.10</b> <i>Screenshot</i> Foto <i>Beauty Vlogger</i> Nadya Aqilla .....	69
<b>Gambar 4.11</b> <i>Screenshot</i> Tampilan Video <i>Beauty Vlogger</i> Nadya Aqilla saat me review eyeshadow sebagai <i>highlighter</i> di YouTube .....	71
<b>Gambar 4.12</b> <i>Screenshot</i> Tampilan Video <i>Beauty Vlogger</i> Nadya Aqilla saat me review bedak di YouTube .....	71
<b>Gambar 4.13</b> <i>Screenshot</i> Tampilan Video <i>Beauty Vlogger</i> Nadya Aqilla saat me review lip balm stain di YouTube.....	72
<b>Gambar 4.14</b> <i>Screenshot</i> Tampilan Video <i>Beauty Vlogger</i> Nadya Aqilla di Akun YouTube .....	73

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Penggunaan YouTube pada <i>Beauty Vlogger</i> .....	1
<b>Tabel 1.2</b>	<i>Beauty Vlogger</i> yang Wajib di <i>Subscribes</i> .....	9
<b>Tabel 2.1</b>	Rangkuman Studi Pustaka Penelitaian Penelitian Sebelumnya .....	13
<b>Tabel 3.1</b>	Karakteristik Informan.....	38
<b>Tabel 3.2</b>	Operasionalisasi Konsep .....	41
<b>Tabel 4.1</b>	Table Varian Product Emina Cosmetics .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1** Transkrip Wawancara

**Lampiran 2** Transkrip Wawancara

**Lampiran 3** Transkrip Wawancara

**Lampiran 4** Transkrip Wawancara

**Lampiran 5** Transkrip Wawancara