

**PERSEPSI AUDIENS PADA BEAUTY *VLOGGER* DANANG WISNUWARDHANA
DALAM MENGGAMBARAKAN *BRAND EQUITY* PRODUK KAHF**

(Studi Pada Video *Review* : Kahf *Skincare* Cowok Halal Melalui YouTube)

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie



YUDHA SUCIANTO

1161003261

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Yudha Sucianto

NIM : 1161003261

Tanda Tangan : 

Tanggal : 28 Mei 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Tugas Akhir ini di ajukan oleh :

Nama : Yudha Sucianto

NIM : 1161003261

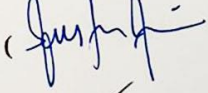
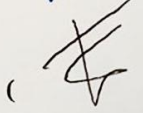
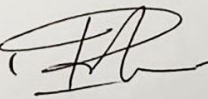
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Persepsi Audiens Pada *Beauty Vlogger* Danang Wisnuwardhana Dalam Menggambarkan *Brand Equity* Produk Kahf (Studi Pada Video *Review: Kahf Skincare* Cowok Halal Melalui Youtube).

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pertanyaan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1	:	Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS	())
Penguji 1	:	Dr. Mochammad Kresna Noer S.Sos., M.Si	())
Penguji 2	:	Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si	())

KATA PENGANTAR

Puji syukur khadirat Allah, Tuhan YME atas segala karunia beserta rahmat-Nya sehingga peneliti dapat merampungkan penelitian skripsi berjudul “Persepsi Audiens Pada *Beauty Vlogger* Danang Wisnuwardhana Dalam Menggambarkan *Brand Equity* Produk Kahf (Studi Pada *Video Review: Kahf Skincare Cowok Halal Melalui Youtube*).” dengan baik. Proposal penelitian ini dibuat sebagai upaya dalam menyelesaikan salah satu studi, dan juga untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Penghargaan dan ucap terima kasih yang tulus, peneliti haturkan pada Allah SWT, yang mana selalu memberikan kelancaran dan kemudahan disetiap langkahnya. Selanjutnya, peneliti tak lupa ucap terima kasih mendalam juga kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melindungi dan mendampingi peneliti dalam menempuh pendidikan selama peneliti hidup.
2. Kedua Orangtua, yang selama ini selalu memberikan motivasi dan kasih sayang melalui perhatian moril dan materil. Semoga kesehatan, rezeki dan karunia-Mu senantiasa menyertai mereka.
3. Keluarga besar Ibu dan Bapak yang selama ini hadir dan memiliki peran penting bagi hidup penulis. Suka dan duka yang terjadi didalam keluarga membuat penulis menjadi sosok yang lebih tangguh dan selalu berusaha untuk belajar menjadi lebih baik.
4. Diva Khansa sebagai sosok yang selalu menginspirasi dalam penelitian ini, memberikan pencerahan serta motivasi yang dapat membangun semangat dan kreativitas dalam melakukan penelitian ini.
5. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS, selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan *support* kepada anak bimbingan seperti saya dan selalu memberikan saran dan ilmu bermanfaat.

6. Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Dra Suharyanti, MSM. Terima kasih atas segala ilmu, pengetahuan, ide-ide dan semua yang positif sehingga dapat menjadi manfaat kelak bagi mahasiswa/I Universitas Bakrie.
7. Penguji I dan II saat sidang skripsi yaitu Dr. Mochammad Kresna Noer S.Sos., M.Si dan Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si, yang telah memberikan masukan dan saran-saran dalam penulisan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan rezeki.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, terima kasih karena senantiasa menemani dalam proses perkuliahan selama ini. Serta terima kasih atas kesediaan teman-teman ilkom 16 semua yang telah memberikan kontribusi dan kerjasama dengan penulis selama perkuliahan.
9. Teman-teman diluar dari perkuliahan yang senantiasa memberikan banyak motivasi dan arti hidup agar tetap mampu berjuang dalam meraih kesuksesan dimasa mendatang.

Jakarta, 28 Mei 2023



Yudha Sucianto

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan dibawah

ini :

Nama : Yudha Sucianto

NIM : 1161003261

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti None eksklusif (Non-Exclusive Royalty-**

Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“PERSEPSI AUDIENS PADA *BEAUTY VLOGGER* DANANG WISNUWARDHANA
DALAM MENGGAMBARAKAN *BRAND EQUITY* PRODUK KAHF (Studi Pada
Video Review : *Kahf Skincare Cowok Halal Melalui YouTube)*”**

Beserta perangkat yang ada, dengan hak bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 28 Mei 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yudha Sucianto', is centered on the page.

(Yudha Sucianto)

**PERSEPSI AUDIENS PADA BEAUTY VLOGGER DANANG
WISNUWARDHANA DALAM MENGGAMBARAKAN BRAND EQUITY
PRODUK KAHF (STUDI PADA VIDEO *REVIEW*: KAHF *SKINCARE*
COWOK HALAL MELALUI YOUTUBE)**

Yudha Sucianto

ABSTRAK

Peranan *beauty vlogger* saat ini kerap menyita perhatian laki-laki di Indonesia. Sebagian besar laki-laki mengetahui dan menyukai produk *skincare* perawatan tubuh. Kahf menjadi salah satu *brand* yang banyak digemari laki-laki Indonesia saat ini. Peralpnya, tidak hanya kualitasnya saja yang tidak diragukan lagi, tetapi kemasan *elegant* dan harga yang relatif terjangkau juga menjadi alasannya. Kahf merupakan produk *skincare* perawatan tubuh yang sudah berdiri pada tahun 2020, namun beberapa tahun terakhir ini produk Kahf melakukan pengembangan menjadi lebih baik dan lebih variatif. Hal tersebut membuat banyaknya *beauty vlogger* melakukan *review* produk di media sosial terutama YouTube, termasuk *beauty vlogger* Danang Wisnuwardhana. Penelitian ini bertujuan untuk melihat persepsi audiens pada *beauty vlogger* Danang Wisnuwardhana dalam menggambarkan *brand equity* produk Kahf (Studi pada video *review* : Kahf *Skincare* Cowok Halal Melalui YouTube)”. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel X *beauty vlogger* dan variabel Y *brand Equity*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, dengan perolehan data melalui penyebaran kuisisioner *online* menggunakan *google form*. Pengambilan data tersebut disebar kepada 102 sampel yang merupakan laki-laki berusia 20-35 tahun di Komunitas Pemuda Pancasila di Wilayah Jakarta Selatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi audiens pada variabel X yakni *beauty vlogger* dalam menggambarkan variabel Y yaitu *brand equity* produk Kahf. Hal tersebut dapat dilihat dari probabilitas $0,00 < 0,05$. Pada variabel *beauty vlogger* yang paling terlihat pada dimensi *trustworthy*

dimana mendapatkan hasil bahwa youtuber “Danang Wisnuwardhana adalah sosok yang dapat dipercaya dalam menyampaikan informasi” menunjukkan hasil sebanyak 44 responden (44,4%), dan pada *variabel brand equity* yang paling terlihat pada dimensi *salience* yakni pada sampel Komunitas Pemuda Pancasila melihat banyak sekali manfaat yang ditawarkan oleh produk Kahf dalam review Danang Wisnuwardhana.” menunjukkan bahwa sebanyak 56 responden (55,6%). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi audiens pada *beauty vlogger* Danang Wisnuwardhana mampu menggambarkan *brand equity* produk Kahf di Komunitas Pemuda Pancasila di Wilayah Jakarta Selatan.

Kata kunci : *Beauty Vlogger*, Danang Wisnuwardhana, *Brand Equity*, Kahf, YouTube.

**AUDIENCE PERCEPTION OF BEAUTY VLOGGER DANANG
WISNUWARDHANA IN DESCRIBING THE BRAND EQUITY OF KAHF
PRODUCTS (STUDY ON VIDEO REVIEW: KAHF HALAL MALE
SKINCARE VIA YOUTUBE)**

Yudha Sucianto

ABSTRACT

The role of beauty vloggers today often grabs the attention of men in Indonesia. Most men know and love body care skincare products. Kahf is one of the most popular brands for Indonesian men today. The reason is, not only the quality is no doubt, but elegant packaging and relatively affordable prices are also the reason. Kahf is a body care skincare product that was established in 2020, but in recent years Kahf products have developed to be better and more varied. This makes many beauty vloggers do product reviews on social media, especially YouTube, including beauty vlogger Danang Wisnuwardhana. This study aims to see the audience's perception of beauty vlogger Danang Wisnuwardhana in describing the brand equity of Kahf products (Study on video review: Kahf Halal Male Skincare Through YouTube)". There are two variables in this study, namely variable X beauty vlogger and variable Y brand equity. This study used associative quantitative methods using a descriptive approach, with data acquisition through the distribution of online questionnaires using google forms. The data collection was distributed to 102 samples who were men aged 20-35 years in the Pancasila Youth Community in the South Jakarta Region. The results of this study show that the audience's perception of variable X, namely beauty vloggers, in describing variable Y, namely brand equity of Kahf products. This can be seen from the probability of $0.00 < 0.05$. In the beauty vlogger variable, the most visible in the trustworthy dimension where getting the results that the YouTuber "Danang Wisnuwardhana is a trustworthy figure in conveying information" showed results as many as 44 respondents (44.4%), and the brand equity variable that is most visible in the dimension of salience, namely in the sample of the Pancasila Youth Community

saw a lot of benefits offered by Kahf products in the Danang Wisnuwardhana review." showed that as many as 56 respondents (55.6%). Therefore, it can be concluded that the audience's perception of beauty vlogger Danang Wisnuwardhana is able to describe the brand equity of Kahf's products in the Pancasila Youth Community in the South Jakarta Region.

Keywords: Beauty Vlogger, Danang Wisnuwardhana, Brand Equity, Kahf, YouTube.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRACT	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
a. Manfaat Teoritis.....	12
b. Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	13
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	17
2.2.2 Marketing Public Relation	26
2.2.1 Konsep Public Relations.....	29
2.2.2 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>).....	31
2.2.3 Digital Marketing.....	33
2.2.4 Media Sosial.....	34
2.2.5 YouTube.....	37
2.2.6 Endorser	39
2.2.7 Brand	42
2.2.8 Brand Equity	43
2.2.9 Brand Equity Model	45
2.2.10 Dimensi Brand Equity	46
2.3 Kerangka Teoritis	47

3.1	Metode Penelitian.....	48
3.2	Populasi dan Sampling	49
3.2.1	Populasi.....	50
3.2.2	Sampling	50
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1	Sumber Data.....	52
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	53
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	54
3.5	Teknik Analisis Data.....	57
3.6	Keterbatasan Penelitian	58
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Karakteristik Responden	62
4.2.2	Uji Instrumen Penelitian	64
4.2.2.1	Uji Validitas	65
4.2.2.2	Uji Reabilitas	67
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	68
4.2.3.1	Analisa Variabel <i>Beauty Vlogger</i>	68
4.3	Temuan Penelitian	85
4.4	Pembahasan.....	86
BAB V		92
PENUTUP.....		92
5.1.	Kesimpulan.....	92
5.2.	Saran	94
5.2.1.	Saran Akademis	94
5.2.2.	Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....		95
LAMPIRAN.....		98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Screenshot Media Sosial Youtube	3
Gambar 2 Screenshot Konten Youtube Danang Wisnuwardhana	7Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 3 The Circular Model of Some	36
Gambar 4 Brand Equity Model	45
Gambar 5 Gambar Kerangka Teoritis	47
Gambar 6 Packaging Produk Kahf	61
Gambar 7 Program Kafhpreneur.....	62
Gambar 8 Diagram apakah anda megetahui produk Kahf.....	63
Gambar 9 Diagram apakah anda merupakan followers.....	63
Gambar 10 Diagram sudah berapa lama.....	64

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Sebelumnya	23
Table 2 Operasionalisasi Variabel.....	56
Table 3 Skala Likert	58
Table 4 Hasil Uji Validitas	65
Table 5 Hasil Uji Reliabilitas Variable Beauty Vlogger	68
Table 6 Hasil Uji Reliabilitas Variable Brand Equity	69
Table 7 Tabel Frekuensi X	71
Table 8 Tabel Frekuensi Y	77