

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

ABSTRAK

- A. YOLANDA OCTHA VERREN (915160193)
- B. KOMUNIKASI CYBER BEAUTY VLOGGER FATYA BIYA DALAM MEMBENTUK CITRA MEREK WARDAH DI MEDIA YOUTUBE
- C. xii + 56 hlm, 2019, 1 tabel, 11 gambar, 7 lampiran
- D. PUBLIC RELATIONS

Abstrak :

Perkembangan media massa saat ini merupakan sebuah pendukung kebutuhan dalam aktivitas masyarakat. Dalam era globalisasi, teknologi yang berkembang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara praktis dan efektif dengan mengikuti perkembangan zaman. YouTube adalah salah satu contoh dari *new media* yang saat ini cukup digemari. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui komunikasi cyber *beauty vlogger* Fatya Biya dalam mendukung citra merek Wardah. Adapun teori dan konsep yang mendukung penelitian ini adalah komunikasi *cyber*, *new media* dan citra. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif secara deskriptif. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi *cyber* yang dilakukan oleh *beauty vlogger* Fatya Biya dalam mendukung citra merek Wardah di media YouTube yaitu Fatya menggunakan YouTube sebagai sarana untuk mengkomunikasikan mengenai produk Wardah dalam video yang berjudul Wardah *one brand makeup* tutorial untuk mendukung citra Wardah yaitu yang didukung dengan penampilan Fatya yaitu memakai hijab sehingga sesuai dengan citra Wardah yaitu halal dan juga didalam video tersebut Fatya menyatakan bahwa produk Wardah tersebut adalah produk lokal yang harganya cukup ekonomis sesuai dengan citra yang dibangun Wardah yaitu ekonomis.

Kata kunci : YouTube, Beauty Vlogger, Wardah, Media baru, Citra

- E. Daftar pustaka (2010-2016)
- F. Septia Winduwati S.Sos., M.Si