

Strategi Legitimasi Produk pada Praktik Influencer Marketing = Product Legitimacy Strategy in Influencer Marketing Practices

Anisya Pramesti Arfita Cahyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544363&lokasi=lokal>

Abstrak

Teknologi terus berkembang pesat, membawa perubahan signifikan ke hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk pemasaran. Influencer marketing menjadi salah satu metode yang sangat populer saat ini. Influencer marketing adalah strategi pemasaran yang melibatkan individu berpengaruh di media sosial untuk mempromosikan produk, memanfaatkan kepercayaan dan ketertarikan pengikut mereka. Berbeda dengan penggunaan selebriti tradisional, influencer marketing menekankan peran influencer media sosial dalam menciptakan kesadaran merek dan memengaruhi perilaku konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis strategi influencer marketing Tasya Farasya, terutama pada konten "Tasya Farasya Approved". Penelitian ini menggunakan metode analisis konten untuk mengidentifikasi bagaimana Tasya memilih produk, mengkomunikasikan nilai produk kepada pengikutnya, dan dampaknya terhadap konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa kredibilitas (credibility) merupakan indikator yang paling menonjol dalam konten "Tasya Farasya Approved". Kredibilitas ini tercermin dari pengetahuan mendalam, pengalaman pribadi, dan ulasan mendalam yang disampaikan Tasya. Selain itu, konten ini juga menarik perhatian (attractiveness) dan memiliki kekuatan (power) untuk memengaruhi perilaku pembelian. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa Tasya Farasya berhasil membangun kepercayaan, menarik perhatian, dan memengaruhi perilaku pembelian pengikutnya melalui strategi konten yang efektif.

.....Technology continues to rapidly evolve, bringing significant changes to almost every aspect of life, including marketing. Influencer marketing has become one of the most popular methods today. Influencer marketing is a marketing strategy that involves influential individuals on social media to promote products, leveraging the trust and interest of their followers. Unlike traditional celebrity endorsements, influencer marketing emphasizes the role of social media influencers in creating brand awareness and influencing consumer behavior. The aim of this study is to understand and analyze the influencer marketing strategies of Tasya Farasya, particularly focusing on the "Tasya Farasya Approved" content. This research utilizes content analysis method to identify how Tasya selects products, communicates their value to her followers, and their impact on consumers. The analysis results indicate that credibility is the most prominent indicator in the "Tasya Farasya Approved" content. This credibility is reflected in Tasya's deep knowledge, personal experiences, and detailed reviews. Additionally, the content also attracts attention and has the power to influence purchasing behavior. The conclusion of this study demonstrates that Tasya Farasya successfully builds trust, attracts attention, and influences the purchasing behavior of her followers through effective content strategies.