

LAPORAN SKRIPSI

PEMANFAATAN *INFLUENCER* DI KONTEN INSTAGRAM

@mirellebeauty SEBAGAI MEDIA PROMOSI MIRELLE *BEAUTY*



Mudita Devi Thendi

19.M1.0004

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

LAPORAN SKRIPSI

**PEMANFAATAN *INFLUENCER* DI KONTEN INSTAGRAM
@mirellebeauty SEBAGAI MEDIA PROMOSI MIRELLE *BEAUTY***

Diajukan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik
Soegijapranata Semarang guna memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



Mudita Devi Thendi
19.M1.0004

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2023**

ABSTRAK

Pada saat ini, industri kosmetik di Indonesia sedang berkembang dengan sangat pesat. Sehingga dapat dibayangkan bahwa persaingan industri kosmetik di Indonesia cukup besar. Saat ini sudah banyak pelaku bisnis yang menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Penggunaan media sosial memiliki banyak keuntungan, salah satunya dapat menjangkau banyak pelanggan di berbagai daerah. Untuk mempertahankan usaha diperlukan sebuah strategi. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan keberadaan *influencer* untuk memasarkan produk dari perusahaan. Banyak perusahaan yang mulai menggunakan *influencer* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pemasaran media sosial mereka. *Influencer* merupakan individu yang mempunyai pengikut di media sosial yang dibayar dengan suatu produk untuk dipromosikan kepada pengikutnya dengan menggunakan produk yang telah diberikan. Salah satu perusahaan industri kosmetik yang menggunakan *influencer* pada konten di Instagram dengan tujuan untuk mempromosikan produknya adalah Mirelle Beauty. Mirelle Beauty merupakan perusahaan industri kosmetik lokal dari Semarang yang bergerak di bidang *skincare* dan *make up*. Dalam mempromosikan mereknya, Mirelle Beauty memerlukan konten dari *influencer* sebagai media promosi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemanfaatan *influencer* pada konten di Instagram @mirellebeauty sebagai media promosi Mirelle Beauty. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Secara umum, hasil temuan penelitian ini adalah ditemukannya 33 konten *influencer* dengan jenis *mega influencer*, *makro influencer*, dan *mikro influencer*. *Influencer* menghasilkan konten dengan jenis informatif, edukatif, testimonial, dan hiburan yang berisikan pesan promotif.

Kata kunci: *influencer*, media sosial, instagram, konten, promosi, manfaat *influencer*, mirelle beauty