

**MICRO-INFLUENCER MARKETING BEAUTY BRAND ON
SOCIAL MEDIA**



Disusun Oleh:

Ilma Hanifa Madina

20180530034

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
TAHUN 2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul “**Micro-Influencer Marketing Beauty Brand on Social Media**” adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut *plagiarisme*.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, maka saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang akan diberikan dan bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Juli 2022

Pembuat Pernyataan



Ilma Hanifa Madina

NIM: 20180530034

PERSEMBAHAN

Dengan keikhlasan hari, Jurnal ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta karunia-Nya kepada penulis.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan do'a terbaiknya setiap waktu.
3. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., M.A. selaku Sekeretaris Kaprodi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan segala bentuk dukungan, arahan serta bimbingan dalam setiap prosesnya hingga terselesaikan jurnal ini secara optimal.
5. Kak Muhammad Jafar Loilotu dan Kak Danang Kurniawan, selaku pembimbing jurnal yang memberikan arahan serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga jurnal ini dapat selesai dengan baik.
6. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingannya dari awal hingga tahap akhir semester.
7. Seluruh Dosen dan Staff Program Ilmu Komunikasi yang telah mengajarkan ilmu, keterampilan, serta pelajaran hidup dengan sepenuh hati selama masa perkuliahan.
8. Teman satu tim program beasiswa Konverensi Jurnal Internasional yang kebersamai dalam pengerjaan jurnal.
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah memberikan semangat serta motivasi dan sebagai sumber motivasi terbesar.

10. Terakhir, saya berterimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah bekerja keras serta berjuang dan bertahan dalam penyusunan jurnal ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu memenuhi salah satu kewajibannya melalui sebuah penelitian guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul “**Micro-Influencer Marketing Beauty Brand on Social Media**”.

Dengan segala hambatan serta rintangan selama penyusunan jurnal ini penulis dengan penuh kesadaran menerima banyak bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si, selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., M.A, selaku Sekretaris Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom., M.A, sebagai dosen pembimbing penulis.
4. Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing penulis ketika masih mengambil skripsi.
5. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Teman-teman, Para Mentor, dan pihak yang terlibat dalam Jurnal HCII 2022, terimakasih sudah bersama berjuang dalam menyelesaikan jurnal ini.

7. Dan semua pihak yang telah memberikan bantuan baik mental maupun spiritual yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Atas segala keterbatasan dan ketidaksempurnaan jurnal ini, penulis sangat mengharapkan saran, kritik, dan masukan yang bersifat membangun. Penulis berharap semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak serta semoga amal baik yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Amin.

Yogyakarta, 20 Juli 2022



Ilma Hanifa Madina

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK (Bahasa Inggris)	xi
ABSTRAK (Bahasa Indonesia)	xii
Micro-Influencer Marketing Beauty Brand on Social Media	
Introduction	1
Overview of Literature	2
Method	2
Result and Discussion	3
Conclusion	6
References	6
LAMPIRAN	9

DAFTAR TABEL

Table 1. Accounts that interact wiyh Micro-Influencer	4
Table 2. The hashtag used by Micro-Influencer	4
Table 3. Categories of Words Frequency	5

DAFTAR GAMBAR

Figure 1. Micro-Influencer activity on social media	3
---	---

