

ABSTRAK

Untuk menjadi seorang beauty vlogger yang baik dan berkualitas tidak hanya mengandalkan penampilan dan banyaknya pengikut di Instagram, namun juga penting untuk memperhatikan gaya komunikasi yang digunakan. Penggunaan gaya komunikasi yang efektif dapat membantu mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan. Video promosi produk yang dilakukan Nanda Arsyinta merupakan suatu penjelasan mengenai produk perawatan kulit maupun *make up*. Kelihain dan kemampuan Nanda Arsyinta dalam berkomunikasi dan mempromosikan produk sudah tidak diragukan lagi. Hal ini dapat dibuktikan dengan penghargaan dan melihat ketertarikan penonton dalam promosi produk yang dilakukannya. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana gaya dan model komunikasi yang digunakan pada promosi produk kecantikan di Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab bagaimana gaya dan model komunikasi yang digunakan Nanda Arsyinta dalam promosi produk kecantikan di Instagram. Gaya yang digunakan dalam penelitian ini adalah milik Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss. Dan model komunikasi menurut Lasswell. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus pada pemanfaatan akun Instagram Nanda Arsyinta @nandaarsynt. Dengan subjeknya video promosi produk kecantikan dan objeknya gaya dan model komunikasi Nanda Arsyinta dalam akun Instagram pribadinya. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi pada akun Instagram Nanda Arsyinta @nandaarsynt, dokumentasi berupa *screenshot* pada akun tersebut dan juga studi Pustaka melalui buku dan jurnal *online* maupun *offline*. Peneliti memperoleh data dengan menganalisis empat video dengan cara memilih video pada bulan Juni 2024 saja. Hasil penelitian ini menunjukkan gaya komunikasi yang digunakan Nanda Arsyinta yakni gaya komunikasi *the structuring style*, *the controlling style* dan *the dynamic style*, digunakan Nanda Arsyinta untuk menampilkan pesan yang terstruktur, informasi yang jelas dan konten yang bervariasi serta penampilan video yang ceria. Dalam analisis model komunikasi Lasswell dalam penelitian ini, sudah memehuni dalam kriteria komunikasi menurut Lasswell tersebut. Terjawab semua dalam kriteria tersebut, seperti siapa komunikator, pesan apa yang disampaikan, melalui saluran media sosial apa, ditujukan kepada siapa dan apa efek yang terjadi kepada komunikan.

Kata kunci : Gaya Komunikasi, Model Komunikasi, *Beauty Vlogger*, Promosi, Produk, Kecantikan

ABSTRACT

To become a successful and high-quality beauty vlogger, it's not just about appearance and the number of followers on Instagram but also about the communication style used. Effective communication styles can help achieve the desired communication goals. The product promotion videos by Nanda Arsyinta provide explanations about skincare and makeup products. Nanda Arsyinta's skill and ability in communicating and promoting products are well-established, as evidenced by awards and viewer interest in her product promotions. The focus of this research is to examine the communication styles and models used in beauty product promotions on Instagram. The aim of this study is to understand how Nanda Arsyinta uses communication styles and models in promoting beauty products on Instagram. The styles used in this study are based on Steward L. Tubbs and Sylvia Moss, and the communication model is according to Lasswell. This research employs a qualitative method with a descriptive analysis approach through a case study of Nanda Arsyinta's Instagram account @nandaarsynt. The subject of the study is beauty product promotion videos, and the object is Nanda Arsyinta's communication styles and models on her personal Instagram account. Data collection techniques include observation of Nanda Arsyinta's Instagram account @nandaarsynt, documentation in the form of screenshots from the account, and literature review through both online and offline books and journals. The researcher analyzed four videos selected only from June 2024. The results indicate that Nanda Arsyinta uses communication styles such as the structuring style, the controlling style, and the dynamic style to convey structured messages, clear information, varied content, and cheerful video appearances. According to Lasswell's communication model, the criteria are met as follows: who the communicator is, what message is conveyed, through which social media channel, who the target audience is, and what effects occur on the communicants.

Keywords: Communication Styles, Communication Models, Beauty Vlogger, Promotion, Beauty product