

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sebaran Presentase Penggunaan Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Enam Vlogger Eyemazing Maybelline Challenge.....	6
Gambar 1.3 Akun Youtube Cheryl Raissa.....	7
Gambar 2.1 Model Online Personal Branding Frischmann (2014).....	28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 3.1 Komponen – Komponen Analisa Data Model Kualitatif.....	55
Gambar 4.1 Foto Profil Cheryl Raissa.....	57
Gambar 4.2 Foto Profil Dicky Chandra.....	58
Gambar 4.3 Foto Profil Siti Arofah.....	58
Gambar 4.4 Foto Profil Nurul Husni.....	59
Gambar 4.5 Keahlian Makeup Cheryl Pada Bagian Mata.....	61
Gambar 4.6 Salah Satu Pencapaian Cheryl.....	63
Gambar 4.7 Cheryl Menjadi Speaker Dalam Event Beauty Class.....	64
Gambar 4.8 Audiens Yang Dimiliki Oleh Cheryl.....	67
Gambar 4.9 Mendirect Akun Youtube Lewat Blog Pribadinya.....	70
Gambar 4.10 Mendirect Akun Media Sosial Lain Melalui Youtube.....	71
Gambar 4.11 Strategi Awal Untuk Menarik Minat Audiens.....	73
Gambar 4.12 Strategi Untuk Membuat Audiens Bertahan Pada Channel Youtube.....	74
Gambar 4.13 Strategi Untuk Membuat Audiens Kembali Melihat Channel Youtube...	74
Gambar 4.14 Cara Cheryl Untuk Memperkuat Engagement Dengan Audiensnya.....	76
Gambar 4.15 Video Motivasi Dengan Tetap Menggunakan Tema Beauty.....	78
Gambar 4.16 Konten Video Yang Cheryl Miliki Dalam Sebulan.....	80
Gambar 4.17 Feedback Dari Audiens.....	82
Gambar 4.18 Menjalin Koneksi Dengan Audiens.....	85
Gambar 4.19 Cara Membangun Koneksi Dengan Brand.....	86
Gambar 4.20 Upaya Youtube Untuk Mempererat Kerjasama Dengan Talentnya.....	88