

## ABSTRAK

Media sosial Instagram keterlibatan selebritis maupun public figure memunculkan fenomena selebgram dan digital influencer. Salah satu digital influencer di Indonesia adalah Rachel Vennya dimana ia mempromosikan Bene Silm Beauty Product. Sebagai influencer tentu memiliki jutaan pengikut yang memiliki persepsi terhadapnya. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui persepsi *followers* terhadap kredibilitas Rachel Venya sebagai Influencer pil diet *Bene Slim Beauty Product* dan mengetahui factor yang membentuk. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan tipe penelitian deskriptif. Dalam mengumpulkan data peneliti melakukan indepth interview dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian (1) Rachel Vennya sebagai influencer produk Pil Diet Bene Slim Beauty Product merupakan influencer yang memiliki persepsi positif dan baik oleh pengikutnya karena memiliki kemampuan komunikasi yang baik serta detail dalam menjelaskan suatu produk. (2) Faktor yang mempengaruhi persepsi *followers* terhadap kredibilitas Rachel Vennya sebagai *influencer* dibagi menjadi dua yaitu factor fungsional dimana menjelaskan minat dan kebutuhan dari *followers* yang membentuk persepsi dan faktor structural kredibilitas yang dimilikinya sebagai influencer dan praktik secara langsung sehingga persepsi masyarakat berasal dari luar atau stimulus

Kata Kunci : Influencer, Persepsi, Kredibilitas, Pil Diet Bene Slim Beauty Product

## ABSTRACT

In Instagram, the involvement of celebrities and public figures has led to the phenomenon of celebrities and digital influencers. One of the digital influencers in Indonesia is Rachel Vennya, she's promotes Bene Silm Beauty Products. As an influencer, of course she have millions of followers who have perceptions of them. The aim of the study was to Know The Perception Of Followers To Rachel's Vennya Credibility As Influencer *Bene Slim Beauty Product Diet Pills* and to find out the constituting factors. In this study, researchers used qualitative research methods and descriptive research types. In collecting data, researchers conducted in-depth interviews and literature studies. Based on the results of research (1) Rachel Vennya as an influencer for the Bene Slim Beauty Product Diet Pills is an influencer who has a positive and good perception by her followers because she has good communication skills and details in explaining a product. (2) Factors that influence followers' perceptions of Rachel Vennya's credibility as an *influencer* are divided into two, namely functional factors which explain the interests and needs of followers who shape perceptions and structural factors the credibility they have as influencers and practice directly so that people's perceptions come from outside or stimulus

Keywords: Influencer, Perception, Credibility, Bene Slim Beauty Product Diet Pills