PERSEPSI SISWI SMKN 2 LUMAJANG TERHADAP YOUTUBE BEAUTY VLOGGER

(Studi Kasus Pada Perubahan Perilaku Imitasi Dalam Memakai Produk dan Merias Diri)

Amanda Nurmutiah Sari
1510521021

Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember
Jl. Karimata No. 49 Jember
Amanda.nurmutiah@gmail.com

ABSTRAK

Youtube saat ini banyak digunakan oleh para remaja, terutama *beauty vlogger* yang banyak diminati para remaja putri, *beauty vlogger* yang banyak membahas tentang masalah kecantikan ini membuat minat remaja putri meningkat untuk menonton bahkan meniru. Penulisan ini bertujuan membahas tentang persepsi yang dihasilkan oleh siswi kelas 10 kecantikan di SMKN 2 Lumajang dalam perubahan perilaku imitasi dan merias diri dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang diperoleh dari data primer dan data sekunder. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Serta pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan sasaran penelitian siswi kelas 10 kecantikan. Pada pembahasan ini ditemukan fakta bahwa persepsi dari masing-masing siswi kelas 10 kecantikan adalah berbeda-beda. Salah satunya adalah siswi kelas 10 kecantikan di SMKN 2 Lumajang ini menganggap bahwa dengan adanya beauty vlogger mereka terbantu dan terinspirasi tentang hal-hal kecantikan. Selain itu siswi kelas 10 kecantikan SMKN 2 Lumajang ini juga membawa dan menggunakan kosmetik ketika berada di sekolah seperti, maskara, eyeliner, soflen, dan lipstik/lipstin. Dari sini dapat disimpulkan bahwa persepsi dari siswi kelas 10 kecantikan SMKN 2 Lumajang ini menimbulkan suatu perubahan perilaku imitasi yaitu dengan meniru produk kosmetik dan meniru menggunkan kosmetik seperti yang ditutorialkan oleh *beauty vlogger* dalam video *youtubenya*.

Kata Kunci : Persepsi Siswi SMK Negeri 2 Lumajang, *Youtube Beauty Vlogger*, Perubahan Perilaku Imitasi

ABSTRACT

Youtube is currently widely used by teenagers, especially *beauty vloggers* that are of great interest to teenage girls, *beauty vlogger* who talks a lot about this beauty problem makes the interest of young women to increase to watch and even imitate. This writing aims to discuss the perceptions produced by 10th grade beauty students in SMAN 2 Lumajang in changing imitation behavior and dressing themselves up using a type of qualitative descriptive research obtained from primary data and secondary data. By using data collection techniques through observation, interviews and documentation. As well as sampling using purposive sampling with the aim of research in 10th grade beauty students. In this discussion it was found that the perceptions of each of the 10th grade beauty students were different. One of them is a 10th grade beauty student at Lumajang Vocational High School 2 who thinks that with the beauty vlogger they are helped and inspired about beauty things. In addition, this 10th grade beauty student at Lumajang 2 Vocational High School also carries and uses cosmetics while in school such as mascara, eyeliner, soflen, and lipstick / lipstick. From this it can be concluded that the perception of the 10th grade beauty student of Lumajang Vocational High School 2 caused a change in imitation behavior by imitating cosmetic products and imitating using cosmetics as reported by *beauty vlogger* in her *YouTube* video.

Kata Kunci: Perception of Students of SMK Negeri 2 Lumajang, *Youtube Beauty Vlogger*, Change in Imitation Behavior

I. PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakangMasalah

Di era modern seperti saat ini media sosial sudah pasti bukan suatu hal yang asing lagi bagi masyarakat luas bahkan bagi kalangan muda-mudi. Media sosial melesat sangat tinggi di kalangan masyarakat terutama di kalangan muda-mudi atau remaja karena kelebihan-kelebihan yang disediakan media sosial dan kemudahan dalam mengakses membuat media sosial ini banyak diminati. Dalam media sosial ini dapat mencakup berbagai hal yang di perlukan atau dibutuhkan oleh penggunanya, mulai dari mencari informasi, materi, *trendy*, makanan, pakaian, job atau bahkan menshare kegiatan mereka dan banyak lagi. Hal ini yang membuat minat pengguna media sosial meningkat, karena media sosial menyediakan tempat atau wadah bagi para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi masing-masing individu. Ada beberapa bentuk media sosial, namun bentuk media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat antara lain adalah facebook, Twitter, Instagram, Youtube, blog dll.

Media sosial zaman sekarang mayoritas penggunanya adalah remaja. Dilihat dari perkembangan zaman saat ini memang remaja identik dengan berbagai media sosial yang digunakan, mulai media WhatsApp, BBM, Instagram,

Facebook, Twitter, Youtube dan media-media lainnya. Istilah remaja ini *"adolesen"*, atau remaja telah digunakan secara luas untuk menunjukkan suatu tahap perkembangan antara masa anak-anak dan masa dewasa, yang ditandai oleh perubahan-perubahan fisik umum serta perkembangan kognitif sosial. Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara 12 hingga 21 tahun. Rentan waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga yaitu : 12 – 15 tahun = masa remaja awal, 15 – 18 tahun = masa remaja pertengahan, dan 18 – 21 tahun = masa remaja akhir. (Mar'at, 2010 : 189)

Media *youtube* juga sering digunakan oleh para remaja masa kini, seperti saat ini yang sedang marak dikalangan remaja putri yaitu sebuah konten *youtube beauty vlogger* yang menjelaskan atau menginformasikan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kecantikan. Tidak jarang remaja putri saat ini yang sudah menggunakan *make up*, baik saat pergi ke sekolah maupun saat mereka *hang out* dengan temannya.

Seperti yang terjadi pada siswi-siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang yang sedikit banyak sering menonton dan menerapkan apa yang dilihatnya ketika menonton *youtube beauty vlogger*. *Youtube beauty vlogger* merupakan satu-satunya sarana yang sering di tonton karena berkaitan, selain dengan masalah studynya juga berkaitan untuk menunjang penampilannya. Dari tontonan-tontonan tayangan *youtube beauty vlogger* yang mereka lihat, mereka pasti memiliki persepsi sendiri, tanggapan tersendiri atau pendapat tersendiri ketika melihat atau menonton youtube beauty vlogger yang nantinya akan menimbulkan perubahan perilaku imitasi atau perilaku meniru dalam hal merias diri ataupun dalam penggunaan produk serta tutorial-tutorial make up yang dijelaskan dalam video.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memilih untuk melakukan penelitian dengan judul "Persepsi Siswi SMKN 2 Lumajang Terhadap Youtube Beauty Vlogger (Studi Kasus Pada Perubahan Perilaku Imitasi Dalam Memakai Produk dan Merias Diri."

1.2 RumusanMasalah

1.2.1 Bagaimana perhatian siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang terhadap tayangan youtube beauty vlogger ?

1.2.2 Bagaimana pengertian/pemahaman siswi kelas kecantikan SMKN 2

Lumajang terhadap youtube beauty vlogger ?

1.2.3 Bagaimana penerimaan/penerapan siswi SMKN 2 Lumajang setelah melihat youtube beauty vlogger ?

1.1 TujuanPenelitian

1.1.1 Untukmengetahuiperhatian siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang terhadap youtube beauty vlogger.

1.1.2 Untuk mengetahui pengertian/pemahaman siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang terhadap youtube beauty vlogger.

1.1.3 Untuk mengetahui penerimaan/penerapan siswi SMKN 2 Lumajang setelah melihat youtube beauty vlogger.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori S-O-R

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) yaitu, teori yang menjelaskan bahwa pesan (stimulus) yang disampaikan kepada komunikan (organism) akan memberikan atau mengasilkan efek/respon tersendiri. Unsur dari teori S-O-R ini, yang pertama adalah Stimulus (pesan), pesan ini dapat berupa tanda atau lambang yang merupakan informasi bagi komunikan. Yang kedua adalah Organism (komunikan/orang yang menerima pesan), pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan diterima sebagai informasi, kemudian diolah dengan cara menerima, memahami dan dimengerti. Dan yang ketiga adalah Response (efek), respon yang dihasilkan ketika menerima pesan (stimulus) tersebut. Dan respon tiap-tiap individu akan memiliki perbedaan tersendiri.

(*Sumber,Effendy,1993:25)*

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini kerangka pemikiran yang dihasilkan adalah tayangan *youtube beauty vlogger* meliputi 2 hal, yang pertama adalah video tentang tutorial *make up* dan penggunaan *skincare*, kemudian yang kedua adalah video *review* mengenai produk *make up* dan penggunaan skincare dengan menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response), yang dimana stimulus disini merupakan tayangan atau konten

youtube beauty vlogger yang meliputi 2 hal tersebut, kemudian organism yang dimaksud adalah siswi kelas kecantikan di SMK Negeri 2 Lumajang yang nantinya pesan tersebut diterima, dimengerti dan kemudian diolah sehingga mengasilkan efek/respon, efek/respon disini adalah mengenai persepsi atau tanggapan dari siswi kelas kecantikan tersebut terhadap pesan yang diterimanya yang nantinya akan mengasilkan perubahan perilaku imitasi (meniru) dalam hal merias diri ataupun penggunaan produk-produknya.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptifkualitatif. Metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diamati. (Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3).

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di SMKN 2 LUMAJANG yang terletak di Jl. Gajah Mada, Kepuharjo, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur.

3.3 Sasaran Penelitian

Sasaran pada penelitian ini adalah siswi kelas 10 kecantikan di SMKN 2 karena pihak sekolah SMKN 2 Lumajang hanya memberikan ijin pada kelas 10 kecantikan saja kepada peneliti. Dalam kelas 10 kecantikan ini terdapat 32 siswa dan semuanya adalah perempuan/wanita.

3.4 TeknikPengambilanSampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penulisan ini adalah purposive sampling. Purposif sampling bertujuan untuk memilih orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Juariyah, 2018 : 28). Pada penelitian ini peneliti akan meneliti tentang persepsi siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang tentang *youtube beauty vlogger* yang dapat mempengaruhi perilakunya. Maka sampel yang dipilih adalah yang memenuhi kriteria sebagai berikut, yaitu :

1) Berjenis kelamin perempuan
2) Siswi kelas 10 jurusan kecantikan
3) Siswi yang sering menggunakan atau melihat *youtube beauty vlogger* dalam rentan waktu satu minggu sebanyak 2 sampai 4 kali.

3.5 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut :

a) Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (Ardial, 2014 : 359). Pada penlitian ini peneliti akan meneliti "Persepsi Siswi SMKN 2 Lumajang Terhadap *Youtube Beauty Vlogger*", kemudian mengambil data langsung kepada siswi kelas 10 kecantikan di SMKN 2 Lumajang. Semua data merupakan data mentah yang akan di proses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhannya.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya sehingga menjadi lebih informatif bagi pihak lain. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua dari data yang kita butuhkan (Ardial, 2014 : 340). Dalam penelitian ini akan diambil data dari staf/guru yang mengajar dikelas kecantikan.

Selain itu, peneliti menggunakan media sosial yang sering digunakan siswi kelas kecantikan, diantaranya adalah facebook dan instagram. Kedua media ini sering digunakan untuk menshare pengalaman serta mengekspresikan diri mereka dengan cara mengapload/menshare foto ataupun video mereka. Data dari media sosial yang digunakan ini akan menjadi tambahan data bagi peneliti dan juga merupakan bukti bahwa terjadi perubahan dalam diri remaja tersebut.

3.6 TeknikPengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung dengan

narasumber ketika berada di lapangan dan tidak langsung, melakukan pengamatan melalui media yang digunakan narasumber.Terkait dengan pokok permasalahan dalam penelitian metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang.

a. Kegiatan siswa dalam menonton *youtube beauty vlogger* di sekolah/diluar sekolah.
b. Persepsi yang dihasilkan setelah menonton *youtube beauty vlogger*.
c. Perilaku imitasi atau perilaku meniru setelah melihat atau menonton *youtube beauty vlogger.*
d. Gaya keseharian siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang ketika berada di sekolah dan di luar sekolah.

2. Wawancara (interview), dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara guna mendapatkan data yang diinginkan.
3. Dokumentasi, dalam penelitian ini dokumentasi berupa foto, video dan media sosial-media sosial (WhatsApp, Facebook dan Instagram) yang digunakan oleh narasumber dalam kesehariannya.
4. Studi literartur, dalam penelitian ini peneliti membaca sejumlah buku, artikel, jurnal penelitian, website serta skripsi penulis lain yang berkaitan dengan penelitian.

3.7 Metode Analisis Data

Nasution dalam Juariyah (1992 : 129) teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui tiga tahapan diantaranya :

1. Reduksi data

Dalam penelitian ini, peneliti merangkum data dari angket yang diberikan pada siswi kelas 10 kecantikan dan kemudian dirangkum dalam bentuk uraian. Setelah angket dijawab oleh siswa, peneliti memilah-milah data yang sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

2. Display data

Dalam penelitian ini data yang sudah direduksi dari angket

penelitian, akan disusun dan dirangkum dalam bentuk narasi yang sesuai dengan permasalahan sehingga peneliti dapat dengan mudah menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Kesimpulan

Merupakan langkah akhir dari semua kegiatan penelitian, dimana penelitian telah menarik garis besar dari permasalahn penelitian. Penarikan kesimpulan dalam suatu penelitian harus berdasarkan pada data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian dan telah dianalisa, sehingga dapat ditemukan jawaban dan permasalahan yang ditemukan. Dalam menarik kesimpulan digunakan metode deskritif, menarik kesimpulan yang berasal dari hal-hal yang bersifat umum ke hal yang bersifat khusus.

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Perhatian Siswi Kelas Kecantikan SMKN 2 Lumajang Terhadap *Youtube Beauty Vlogger*

Siswi kelas 10 kecantikan ini memiliki kriteria yang dapat dijadikan sebagai informan dengan kriteria yang sudah di tentukan yaitu wanita/perempuan, kelas 10 jurusan kecantikan yang bersekolah di SMKN 2 Lumajang dan sering melihat youtube kurang lebih 2 sampai 4 kali dalam seminggu. Menurut pendapat dari Araya (15) terkait perhatiannya dalam *youtube beauty vlogger* :

> "Youtube itu buat mencari suatu informasi tentang kecantikan, tentang make up-make up. Dalam seminggu lihat youtube 2 kali, sering lihat youtube karena buat sambil belajar dan juga biar kalo praktek itu bisa dan youtube itu penting buat saya, soalnya kalo gak bisa cari informasi disana, chanel yang biasa saya lihat masalah make up itu punya Aisyah Nurgina." (Sumber, Wawancara tanggal 11/04/2019)

Pendapat yang sama juga disampaikan Wagini (17) terkait *youtube beauty vlogger* :

> "Youtube itu buat orang supaya bisa make up pokoknya tentang make up-make up, kan kalo youtube itu macam-macam tapi yang sering aku lihat itu tentang make up, tata rias wajah sehari-hari dan ke sekolah, seminggu itu lihat youtube

mungkin 3 kali, youtube itu ya kadang ada pentingnya kadang ya nggak, kalo pentingnya itu kalo ada waktu luang ya lihat youtube, chanelnya Delia yang biasa aku lihat tentang make up-make up." (Sumber, Wawancara tanggal 11/04/2019)

Dari beberapa uraian wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja masa kini sering sekali menggunakan media *youtube*, terlebih mereka yang memang ada dijurusan kecantikan di SMKN 2 Lumajang ini lebih banyak menonton *youtube beauty vlogger* dalam rentan waktu satu minggu sebanyak 2 sampai 4 kali. Dengan usia mereka yang masih belasan tahun membuat perhatian mereka terhadap hal baru meningkat. Di sekolah guru juga mengenalkan media *youtube* untuk pembelajaran tentang kecantikan dengan tujuan mempermudah siswi dalam menerima pengetahuan mengenai kecantikan. Menurut penjelasan mereka ketika wawancara, alasan mereka sering melihat atau menonton *youtube beauty vlogger*, baik itu tentang make up, manipadycure dan merawat rambut adalah agar mereka lebih mendalami atau paham tentang kecantikan.

4.2.2 Pengertian/pemahaman Siswi Kelas Kecantikan SMKN 2 Lumajang Terhadap *Youtube Beauty Vlogger*

Remaja dikenal memiliki pola pikir atau pemahaman yang masih labil dan selalu berubah, karena usia mereka yang masih belasan tahun. Tetapi tidak menutup kemungkinan seorang remja juga memiliki persepsi atau pemahaman yang baik dan bijaksana layaknya orang dewasa yang pesepsi atau pemikirannya sudah matang. Remaja disini adalah siswi kelas 10 kecantikan di SMKN 2 Lumajang. Persepsi atau pengertian siswi kelas 10 kecantikan ini akan memiliki perbedaan antara satu siswi dengan siswi yang lainnya, mereka kan memiliki pengertian atau pandangan sendiri terkait dengan kecantikan yang ada di media sosial *youtube/ youtube beauty vlogger*.. Menurut Araya (15) salah seorang siswi kelas 10 kecantikan terkait pengertian atau pemahaman tentang *beauty vlogger* yang ada di *youtube* :

> "Beauty vlogger itu ya menginspirasi biar bisa up, saya tertarik karena ya biar bisa make up, biar makin pinter gitu, bisa merubah orang biar jadi cantik gitu. Beauty vlogger itu ya sedikit aku jadiin panutan, kadang dijadikan panutan kadang ya nggak, yang aku jadiin panutan itu ya make up-make upnya." (Sumber, wawancara tanggal 11/04/2019)

Pendapat atau tanggapan yang sama juga dijelaskan oleh Wagini (17) salah seorang siswi kelas 10 kecantikan terkait dengan pemahamannya mengenai *beauty vlogger* :

> "Kalo tentang beauty vlogger, dia sih ngasih pengarahan tentang bagaimana cara make up supaya terlihat cantik, berkesan dan lebih glamor ya gitu wis, saya tertarik melihat beauty vlogger ya karena suka aja, karena penampilannya beda gitu. Beauty vlogger ini ya aku jadiin panutan buat penampilan aku sehari-hari ataupun ke sekolah." (Sumber, wawancara tanggal 11/04/2019)

Beberapa wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata atau sebagian besar siswi kelas 10 kecantikan menjadikan *beauty vlogger* sebagai panutan untuk menunjang penampilan mereka menjadi lebih baik, selain itu *beauty vlogger* juga di jadikan panutan untuk sumber informasi dan pengetahuan mengenai kecantikan baik kecantikan wajah, kulit maupun rambut. Remaja merupakan pertumbuhan atau perkembangan dari masa anak-anak ke masa dewasa yang ditandai dengan perubahan fisik dan perubahan kognitif sosial. Remaja dikenal dengan usia yang masih labil dan rentan akan perubahan terhadap hal-hal baru, dan *beauty vlogger* dalam *youtube* ini merupakan suatu hal baru yang baru saja masuk dikehidupannya setelah mereka (siswi kelas 10 kecantikan SMKN 2 Lumajang) masuk di jurusan kecantikan. Bukan tidak mungkin seorang siswi jurusan kecantikan tidak mempelajari pengetahuan tentang kecantikan, baik kecantikan wajah, kulit maupun rambut, hal tersebut adalah keharusan seorang siswi mempelajari ilmu tentang kecantikan. Salah satu media yang digunakan untuk memberikan pengetahuan tentang kecantikan ini adalah *youtube*.

4.2.3 Penerimaan/penerapan siswi SMKN 2 Lumajang

setelah melihat *youtube beauty vlogger*

Siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang merupakan salah satu contoh seorang remaja yang menggunakan media sosial, media sosial yang digunakan yaitu *youtube* dan yang berkaitan dengan *beauty vlogger*atau masalah kecantikan, masing-masing siswi kelas 10 kecantikan SMKN 2 Lumajang ini menggunakan atau melihat *youtube beauty vlogger*. Menurut Wagini (17) salah seorang siswi kelas 10 kecantikan terkait penerimaan/penerapannya setelah melihat *youtube beauty vlogger* :

> "Kalo penerapan ya kadang buat video sendiri tapi nggak bisa di upload dan juga sering dandan sendiri. aku terpengaruh sama produk-produknya dan juga pernah coba-coba gitu, kayak viva, macem-macem gitu. Perbedaan di diriku sebelum dan setelah kenal youtube beauty vlogger itu ya kayak beda gitu penampilannya, trus bisa make up-make up, trus bisa kelihatan cantik, fresh gitu mbak. Kalu ada tutorial make up sehari-hari, ke sekolah, jalan-jalan gitu aku niru sedikit-sedikit supaya kelihatan lebih bersih gitu. Aku pernah pakek make up ke sekolah tapi Cuma pake liptint atau lipbalm, bedak sama maskara aja, ya pernah pakek soflen tapi nggak di sekolah cuman di luar buat main-main. Seneng aku mbak lebih bisa tau make up, cara make up biar penampilannya beda dan pengalaman." (Sumber, wawancara tanggal 11/04/2019)

Tanggapan yang sama juga disampaikan oleh Sofiyatul (15) siswi kelas 10 kecantikan terkait penerimaan dan penerapannya setelah melihat *youtube beauty vlogger* :

> "Saya belajar make up sendiri sambil lihat di youtube itu, make up-make up-nya nirukan di video itu, nyoba beli yang di anjurkan beauty vlogger itu contohnya lipstik wardah, kalo belajar pertama ya pakek foundationnya cuma yang viva itu, trus eyesahdownya wardah gitu. Saya pakek make up kalo ke sekolah kayak foundation, bedak, maskara, lipglos kadang ya lipstik. Perbedaan dari sebelumnya ya sudah bisa merawat wajah jadi kelihatan lebih fresh dan lebih cantik. Seneng saya mbak." (Sumber, wawancara tanggal 11/04/2019)

Kesimpulannya adalah penerimaan dan penerapan perilaku remaja (siswi kelas 10 kecantikan SMKN 2 Lumajang) ini tergantung dengan apa yang dilihatnya di video *youtube beauty vlogger*. *Beauty vlogger* dalam *youtube* bisa dikatakan dapat membantu perubahan perilaku maupun perubahan penampilan seorang remaja. *Beauty vlogger* terbukti dapat mempengaruhi pikiran atau persepsi seorang remaja (siswi kelas 10 kecantikan SMKN 2 Lumajang) untuk menirukan konten *youtubenya*, misal seperti yang dijelaskan oleh salah satu remaja ini, dirinya merasa terpengaruh akan produk yang di *review* oleh *beauty vlogger* dalam konten videonya. Dengan persepsi remaja yang selalu ingin tampil menarik di depan umum membuat remaja ini juga terpengaruh akan tutorial *make up* yang dianjurkan oleh *beauty vlogger* contohnya *make up* ke sekolah, *make up* sehari-hari dan *make up* jalan-jalan.

4.2.4 Penerapan Siswi Dalam Menggunakan *Make Up* (Kosmetik) ke Sekolah dan Di Luar Sekolah

Gambar 4.2.4 Penggunaan Kosmetik di Sekolah

Foto diatas merupakan bukti bahwa siswi kelas 10 kecantikan menggunakan *make up* ke sekolah, *make up* yang digunakan merupakan *daily make up* (*make up* sehari-hari)/*make up* pergi ke sekolah. Rata-rata mereka menggunakan produk *make up* (kosmetik) seperti, maskara, *eyeliner* dan lipstik selayaknya orang dewasa yang sudah pantas menggunakan *make up*.

Gambar 4.2.4Pengunaan *Make Up* di Luar Sekolah

Dapat dilihat bahwa mereka menggunakan *make up* layaknya

orang dewasa ketika berada di luar sekolah. Hal ini menandakan bahwa, remaja ini melakukan perilaku imitasi atau perilaku meniru terhadap *youtube beauty vlogger*. Foto ini merupakan bukti bahwa di luar sekolah seorang siswi juga bisa menggunakan make up, alasan dirinya tidak menggunakan *make up* ke sekolah karena gurunya tidak memperbolehkan bermake up kecuali untuk praktek, tetapi hal tersebut tidak membuat keinginan seorang remaja (siswi kelas kecantikan) ini berhenti dan tidak lagi menggunakan *make up*. Alternatifnya ketika berada di luar sekolah, mereka menggunakan *make up* sesuai dengan yang mereka inginkan, salah satu contonya seperti gambar foto diatas.

4.2.5 Produk *Make Up* (Kosmetik) yang Di Bawa ke Sekolah

Gambar 4.2.5Produk Kosmetik

Gambar diatas membuktikan bahwa remaja masa kini (siswi kelas 10 kecantikan SMKN 2 Lumajang) terpengaruh akan media sosial *youtube beauty vlogger* hingga mereka membawa peralatan *make up* ke sekolah, *make up* yang digunakan adalah *make up* ke sekolah atau *make up* sehari-hari (*daily make up*). Dapat dilihat produk yang dibawa ada berbagai macam, mulai dari bedak, riasan mata hingga lipstik dibawanya, selain itu remaja ini juga membawa satu soflen/kontak lensa ke sekolah.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya remaja memang selalu identik dengan perubahan-perubahan akan hal baru. Remaja di SMK Negeri 2 Lumajang ini khusunya remaja atau siswi kelas 10 kecantikan ini mengalami perubahan perilaku imitasi (meniru) yang disebabkan oleh tayangan atau konten *youtube beauty vlogger* yang menjelaskan atau menginformasikan tentang kecantikan. Perubahan perilaku imitasi yang terjadi pada siswi kelas 10 kecantikan ini adalah menggunakan make up (berias diri) ke sekolah ataupun diluar sekolah,

membawa make up (kosmetik) ke sekolah, membuat video vlog seperti yang dilakukan beauty vlogger dalam media youtube serta menggunakan produk yang direkomendasikan oleh beauty vlogger dalam youtube.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan adalah terutama untuk para siswi kelas 10 kecantikan tidak terlalu sering dan tidak terlalu 'menor' menggunakan make up/kosmetik ke sekolah, karena nantinya hal ini akan mengakibatkan siswi tersebut dilihat atau dinilai negatif oleh warga sekitar karna terlalu dini menggunakan kosmetik ke sekolah, selain itu penggunaan kosmetik terlalu dini kurang baik untuk kesehatan kulit remaja. Dan untuk guru jurusan kecantikan lebih memperhatikan dan lebih menegur ketika siswi-siswinya menggunakan kosmetik terlalu berlebihan ketika berada di sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

Ardinal. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi.* Jakarta : PT Bumi Aksara

Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti

Juariyah. 2018. *Metode Penelitian Sosial.* Jember : LPPM Universitas Muhammadiyah Jember

Mar'at, Samsunuwiyati. 2010. *Psikologi Perkembangan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JEMBER