

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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. Hampir semua masyarakat saat ini sudah menggunakan media sosial tersebut. Media sosial, saat ini sudah dianggap penting bagi kalangan masyarakat ataupun kalangan muda-mudi, media sosial selain memudahkan penggunanya dalam mencari data atau informasi yang dibutuhkan juga dapat memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi jarak jauh dengan kerabat, teman ataupun keluarga. Media sosial juga dapat menjangkau semua khalayak, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Media sosial di era sekarang sudah mulai di tempatkan pada kebutuhan pokok manusia, seiring perkembangan zaman, media sosial mulai berkembang mengikuti perubahan yang ada. Jadi di era sekarang ini hampir seluruh kalangan menggunakan media sosial untuk kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari mereka. Misalnya mulai dari mencari atau mendapatkan informasi, berbelanja, memberikan atau menerima tugas ataupun pekerjaan kantor semuanya menggunakan media sosial berbasis online. Saat ini mulai muncul aplikasi-aplikasi atau media-media baru yang semakin mempermudah

penggunanya (masyarakat) untuk menggunakan media tersebut. Ada banyak jenis media sosial yang digunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi, berita, lowongan pekerjaan, ataupun hanya sekedar mengeluarkan uneg-uneg mereka dalam media, yang biasa disebut dengan 'update status'.

Media sosial zaman sekarang penggunaannya mayoritas 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. Remaja merupakan umur yang masih labil dalam segala perubahan yang ada dan ego yang lumayan tinggi serta rasa ingin diakuinya lebih tinggi. Remaja adalah waktu manusia berumur belasan tahun. Pada masa remaja manusia tidak dapat disebut sudah dewasa tetapi tidak dapat pula disebut anak-anak. Masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa. Remaja merupakan masa peralihan antara masa anak dan masa dewasa yang berjalan antara umur 11 tahun sampai 21 tahun. Berbagai hal yang disediakan oleh media tidak menutup kemungkinan perlahan akan merubah pola pikir dan gaya hidup remaja tersebut. Misal ketika seorang remaja menggunakan media instagram, dalam instagram akan terdapat foto atau video yang menarik perhatiannya atau yang membuat dirinya senang kemudian remaja tersebut terus menerus melihat atau menontonnya, tidak menutup kemungkinan perlahan akan terjadi perubahan dalam dirinya, mulai dari cara dia berpakaian jika yang dia lihat *fashionable* atau cara-cara berpakaian yang modern, cara dia berdandan jika yang dia lihat adalah tutorial *make up* dan lain sebagainya. hal ini dapat terjadi karena remaja rentan akan perubahan, rasa ingin tahunya lebih tinggi, rasa ingin diakuinya lebih tinggi dan tingkat kegresifan terhadap perubahan pun meningkat, dan perlahan-lahan perubahan tersebut akan berpengaruh terhadap gaya hidupnya.

Dalam media Instagram, remaja akan dikenalkan dengan foto-foto ataupun video yang yang trendy, kekinian, fashionable dan menarik minat remaja untuk menirunya. Dalam instagram remaja dapat mengupload foto atau video yang mereka inginkan dengan memberikan *caption* sesuai dengan yang mereka inginkan juga, sama halnya dengan Facebook dan Twitter. Berbeda

dengan media *youtube*, youtube menyediakan berbagai macam video, mulai dari informasi, hiburan, lagu, film, tutorial, pengalaman, sharing-sharing dan banyak lagi. Dalam youtube pengguna bisa dengan bebas menonton video apa yang diinginkan, tergantung pada minat pengguna media youtube. Selain dapat menonton atau melihat berbagai video, seseorang atau pengguna juga bisa berkarya sesuai dengan keinginannya dan menguploadnya ke dalam media *youtube*, hal inilah yang biasa disebut dengan youtuber. Seseorang yang berkarya dalam bentuk video dan memunyai banyak *followers* (pengikut)/fans dalam media youtube disebut dengan youtuber. Di era sekarang sudah banyak *youtuber-youtuber* muda yang berkarya sesuai dengan *basic* yang mereka miliki, mulai dari memberikan tutorial, pengalaman pribadi, membuat video klip, membuat film pendek, menshare ilmu pengetahuan dan lain-lain. *Youtuber-youtuber* muda ini yang biasanya menarik perhatian remaja untuk mengikuti gayanya, mulai dari gaya bicara, gaya berakaian, barang atau produk apa saja yang digunakan. Remaja akan tertarik dan meniru gaya-gayanya jika itu dinilai trendy atau keninian, karena sifat remaja yang ingin selalu mencoba hal baru. Untuk remaja putra/cowok, lebih mengarah pada video-video yang bernuansa video klip, film pendek, lagu-lagu, otomotif dan tutorial-tutorial yang sesuai dengan kebutuhan atau sesuai dengan yang diinginkan, berbeda dengan remaja putri/cewek, hampir berbagai video yang ada di *youtube* dilihat atau ditonton. Untuk remaja putri yang suka atau tertarik mengenai *make up*, mungkin mereka akan lebih sering menonton video tutorial *make up*. Zaman sekarang ini sudah banyak *youtuber-youtuber* yang membuat video mengenai tutorial *make up*, tutorial *make up* yang di share bukan hanya dalam satu bentuk tetapi berbagai model atau bentuk riasan yang bisa menarik minat para *subscribarnya* (pengikutnya dalam kategori remaja). *Beauty vlogger* sebutan untuk para *youtuber* yang mentutorialkan *make up*.

Seperti zaman sekarang ini sudah banyak *beauty vlogger* yang terkenal melalui tutorialnya dalam *youtube*, ada banyak sekali *beauty vlogger* saat ini, diantaranya, Tasya Farasha, yang saat ini sedang naik daun, dia adalah sosok baru yang kini menjadi panutan dalam berdandan. Dia berinovasi mencampur

berbagai *foundation* untuk menghasilkan *tone* baru. Suhay Salim, dengan gayanya yang *blak-blakkan* dan jujur mengenai *review* berbagai produk. Rachel Goddard, *beauty vlogger* indonesia yang mempunyai ciri khas memberi tips berdandan ala artis Hollywood. Sarah Ayu, salah satu *beauty vlogger* yang mampu mematahkan stigma wanita Indonesia yang beranggapan bahwa wanita cantik tidak selalu mempunyai tubuh ideal, dia sering memberikan *beauty hack* atau tips untuk wanita chubby yang ingin terlihat tirus. Alifah Ratu Saelynda, *beauty vlogger* ini memberikan *review* serta tutorial memakai *make up* untuk para pemula. Devienna Setiawan, *beauty vlogger* cantik yang dikenal dengan *skillnya* dalam membuat tampilan tokoh atau karakter film. Molita Lin, dia termasuk *beauty vlogger* yang *otodidake*, dia mempelajari *make up* melalui via *youtube* serta melakukan *sharing-sharing* mengenai *make up*, dia belajar dengan tekun sehingga bisa menjadi *beauty vlogger* di *chanel youtubenya*. Kiara Leswara, *beauty vlogger* muda yang biasa memberikan tutorial *make up* natural dan mudah untuk diterapkan. Dan masih banyak lagi *beauty-beauty vlogger* indonesia yang ada di *youtube*. Dengan banyaknya *beauty vlogger* dan cara-cara khasnya dalam berdandan ini akan mempermudah remaja untuk memilih tutorial mana yang akan ditirunya. Remaja putri sudah barang pasti memiliki keinginan untuk tampil cantik. Maka dari itu, video *beauty vlogger* yang ada di *yotube* akan memberikan efek atau dampak terhadap perilaku imitasi remaja. Remaja akan meniru model atau gaya-gaya yang dia anggap menarik dan dapat menunjang penampilannya.

Ketika seorang remaja melihat atau menonton *beauty vlogger* yang ada di *youtube*, mereka akan memiliki persepsi sendiri atau paham sendiri terhadap apa yang di tontonnya. Persepsi yang mereka hasilkan nanti secara tidak sadar akan membentuk perilaku imitasi dalam diri mereka, misalnya ketika seorang remaja menonton tayangan *youtube beauty vlogger* yang mentutorialkan *make up*, kemudian dalam tayangan tersebut vloggernya mengatakan bahwa video ini dikhususkan untuk *make up* remaja dengan produk-produk yang cocok digunakan oleh kulit remaja dengan hasil *make up* yang natural serta pengaplikasiannya yang mudah diikuti oleh para remaja.

Dari tayangan tersebut, maka remaja akan memiliki persepsi sendiri, jika remaja menganggap tayangan *beauty vlogger* tersebut memang benar mudah diikuti oleh remaja, maka remaja persepsi antara *beauty vlogger* dan persepsi remaja akan konek atau sama. Dari persepsi yang dihasilkan oleh remaja tadi, maka dalam dirinya perlahan akan terbentuk perubahan perilaku imitasi seperti yang ada dalam tayangan *youtube beauty vlogger* tadi. Dari yang sebelumnya remaja tersebut tidak menggunakan *skincare* atau *make up*, kemudian setelah melihat *youtube beauty vlogger* dan memiliki persepsi sendiri jadi menggunakan *skincare* maupun *make up* yang dianjurkan oleh *beauty vlogger*.

Seperti yang terjadi pada siswi-siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang yang sedikit banyak sering menonton dan menerapkan apa yang dilihat 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. Siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang ini memiliki alasan tersendiri ketika mereka masuk pada jurusan kecantikan, antara lain untuk menambah wawasan mengenai kecantikan, karena mereka suka atau tertarik dengan masalah kecantikan dan karena mengejar cita-cita yang berkaitan dengan kecantikan. Oleh karena itu mereka sering menonton *youtube*. 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*. Ketika mereka menonton satu *chanel youtube beauty vlogger* yang mereka sukai, mulai dari video mengenai *skincare* yang dipakai, tutorial *make up* yang digunakan serta produk-produk *make up* yang digunakan, siswi kecantikan ini akan memilah-milah video mana yang ingin mereka tonton. Misal, ketika salah seorang siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang menonton tayangan *youtube beauty vlogger* yang videonya menjelaskan atau menginformasikan mengenai *skincare* dan produk yang cocok digunakan oleh remaja serta tutorial *make up* natural yang cocok digunakan oleh remaja ketika ke sekolah, maka remaja akan memiliki persepsi sendiri atas tayangan *youtube beauty vlogger* tersebut. Jika siswi tadi

memiliki persepsi yang sama dengan apa yang disampaikan oleh *beauty vlogger* dalam tayangan videonya tadi, maka perlahan siswi tersebut perlahan akan melakukan perubahan perilaku imitasi dalam dirinya yang disebabkan oleh tayangan *youtube beauty vlogger* yang ditontonnya. Dan juga secara tidak sadar, dengan seringnya mereka melihat atau menonton *youtube beauty vlogger*, hal ini perlahan juga akan mempengaruhi perubahan perilaku imitasi mereka terhadap diri mereka (memakai produk yang dianjurkan oleh *beauty vlogger* dan cara merias diri yang dianjurkan oleh *beauty vlogger* yang ada di *youtube*) yang di sebabkan tayangan *youtube beauty vlogger*.

Peneliti memilih siswi SMKN 2 Lumajang ini khususnya pada kelas kecantikan bukan tanpa alasan melainkan karena beberapa alasan, yang pertama adalah karena di SMKN 2 ini khususnya pada siswi kelas kecantikan terkenal berpenampilan menarik “*gaul, keren, kekinian*” dikalangan masyarakat sekitar ataupun dikalangan siswa-siswi SMA-SMA yang lain. Yang kedua siswi kelas kecantikan SMKN 2 ini juga terkenal dengan karya-karyanya yang menarik dan selalu di publikasikan lewat sebuah acara yang bernama “Gelar Karya”. Yang ketiga adalah penampilan yang digunakan siswi kelas kecantikan di SMKN 2 Lumajang ini menarik perhatian masyarakat disekitarnya karena siswi-siswinya sudah menggunakan *make up* di sekolahnya. Tak jarang siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang menggunakan kontak lensa yang dikenal dengan nama *soflent* di sekolahnya, bahkan terkadang juga ada siswi yang menggunakan *eyeliner* ke sekolah meskipun tidak terlalu tebal. Hal ini menandakan bahwa remaja atau siswi SMKN 2 Lumajang khususnya pada kelas kecantikan secara tidak sadar terpengaruh oleh media yang digunakan salah satunya adalah *youtube*.

Youtube adalah salah satu media yang digunakan siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang untuk menunjang wawasan serta informasi pendidikannya mengenai kecantikan, tontotannya dalam *youtube* antara lain adalah, tutorial *make up* atau kosmetik, jenis-jenis produk kosmetik yang cocok untuk kulit, perawatan rambut, *nail art* dan lain-lain. Dengan usia remaja yang cukup rentan akan perubahan ini, ketika seorang siswa disugahi atau diberikan suatu informasi yang menarik, tidak menutup kemungkinan seorang siswa tersebut

akan menirukan hal atau perilaku yang ia anggap menarik tadi. Seperti yang terjadi pada siswi SMKN 2 Lumajang khususnya siswi kelas kecantikan, dengan nama jurusan kecantikan maka seorang siswi selain menuntut ilmu tentang masalah kecantikan tentunya juga ingin merubah gaya hidupnya dan gaya penampilannya yang lebih menarik. Dengan umur mereka yang masih labil dan masih mencari jati diri mereka akan merubah gaya hidup dan penampilannya dengan referensi yang dia dapat dari *youtube*. Menggunakan *make up* (lipstik bb cream dan bedak) ke sekolah merupakan salah satu sikap atau perilaku yang dilakukan siswi kelas kecantikan guna menunjang penampilannya agar dibilang “*keren, staylist, modern dll*” di sekolah.

Tidak jarang siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang memiliki rambut dengan aneka gaya atau model salah satunya adalah rambut lurus (*reabonding* dan *smooting*), rambut keriting (*curly*) serta rambut dengan aneka warna. Hal ini merupakan salah satu gaya yang dilakukan siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang untuk menunjang penampilannya, meskipun penampilan ini tidak digunakan di sekolah, tetapi gaya *bermake up*, kontak lensa dan aneka model rambut digunakan di luar sekolah ketika dia keluar atau “*mejeng*” dengan teman sebayanya.

Seorang remaja dengan penampilan yang demikian membuat peneliti ingin meneliti dan mengetahui lebih dalam mengenai perilaku remaja tersebut dan bagaimana cara media mempengaruhi pikiran remaja sehingga terbentuk perilaku imitasi yang dilakukan remaja SMKN 2 Lumajang pada kelas kecantikan.

1.2 Rumusan Masalah

- 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* ?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui perhatian siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang terhadap *youtube beauty vlogger*.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengertian/pemahaman siswi kelas kecantikan SMKN 2 Lumajang terhadap *youtube beauty vlogger*.
- 1.3.3 Untuk mengetahui penerimaan/penerapan siswi SMKN 2 Lumajang setelah melihat *youtube beauty vlogger*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritik

- 1.4.1.1 Penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi ilmu komunikasi khususnya pada bidang media yaitu media soaial.
- 1.4.1.2 Untuk menambah referensi terhadap kajian sosiologi terkait dengan penggunaan media sosial.
- 1.4.1.3 Sebagai bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis yang dilakukan di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1.4.2.1 Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat untuk para praktisi media sosial dalam menggunakan media sosial.
- 1.4.2.2 Memberikan pemahaman akan pengaruh media sosial terhadap remaja masa kini.