

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

Memoles wajah dengan produk dan alat kecantikan, merawat dan menjaga kulit dengan produk perawatan kulit wajah dan tubuh, atau berbagi pengalaman menggunakan produk-produk adalah merupakan konten yang paling diminati perempuan saat menyaksikan video di Youtube.

Berdasarkan data yang peneliti temukan dari oberlo.com, Pengguna Youtube bisa mengakses sebanyak satu juta jam menyaksikan tayangan di Youtube. Jika dikalkulasikan, rata-rata setiap orang bisa menghabiskan waktunya menyaksikan video selama 8 menit setiap hari.

Ini menunjukkan bahwa, orang lebih tertarik belajar sesuatu dengan menonton tayangan video. Berdasarkan data dari statistica.com, 2019, di Indonesia 88% Youtube adalah sosial media yang paling sering di akses. Pada 2018 sebanyak 169 juta penonton yang mengakses konten kecantikan (*beauty*). *Beauty Vlogger* adalah sebutan untuk orang-orang yang membuat konten video seperti tutorial *make up* atau tutorial perawatan kulit wajah, cara menata rambut, tutorial hijab, ulasan suatu produk dan lain sebagainya, yang diunggah ke kanal sosial media YouTube dan situs web lainnya.

Beberapa *Beauty Vlogger* Indonesia yang sering menjadi perbincangan dengan subscriber paling banyak antara lain Rachel Goddard dengan 1,1 juta

*subscribers* dan pendapatan 263 juta sampai 4,2 miliar rupiah per tahun, Tasya Varasya dengan 773.000 *subscribers* dengan pendapatan dari video YouTube-nya sebesar 355 juta rupiah sampai Rp 5,6 miliar rupiah per tahun, Suhay Salim 658.000 *subscribers* dengan penghasilan 83 juta rupiah sampai 2,9 miliar per tahun, Abel Cantika 398.000 *subscribers* dengan pendapatan 29 juta sampai 472 juta rupiah per tahun, dan masih banyak lagi. Para *beauty vlogger* tersebut menunjukkan bahwa di era kemajuan internet seperti sekarang, bekerja tidak harus berangkat ke kantor. Menghasilkan uang bisa dimulai dari hobi atau kecintaan mereka terhadap sesuatu hal seperti membuat video dan mengunggahnya di Youtube, memperoleh *subscribers* dan membuat konten yang menarik sehingga memperoleh *viewers* yang banyak dari para pengguna YouTube, tentu membutuhkan proses yang panjang. Ini membuat trend pekerjaan baru yang diminati para milenial untuk menjadi YouTuber.

Banyak jenis-jenis konten video yang membuat seseorang menjadi terkenal dan memperoleh banyak uang dari video yang mereka buat, khususnya *beauty vlogger* mereka dengan menyajikan konten-konten video seputar kecantikan dan berbagi pengalaman mereka dengan produk-produk kecantikan yang mereka gunakan, dengan berbagai macam tipe kulit wajah yang mereka miliki sehingga penonton pun bisa menyesuaikan kebutuhan informasi yang mereka ingin penuhi guna mengetahui, memahami lebih jauh tentang dirinya sendiri.

Berdandan atau memoles wajah dengan *make-up* supaya tampil menarik adalah salah satu kebutuhan dari perempuan - perempuan Indonesia dengan

berbagai macam profesi seperti pegawai kantor, dosen, guru, sales, mahasiswi, dan lain-lain.

Mahasiswi adalah fase dewasa awal yang memerlukan untuk belajar mengetahui lebih detail tentang kebutuhan dirinya sendiri, termasuk didalamnya adalah kebutuhan merawat diri yang mendekatkannya dengan produk-produk perawatan kulit, *make-up* dan produk kecantikan lainnya.

Pengenalan dengan produk-produk kecantikan tersebut awalnya sering kita temui dari berbagai iklan-iklan di televisi, namun dengan seiring perkembangan internet yang pesat, keingintahuan terhadap informasi secara cepat membuat mereka semakin mandiri untuk mencari tahu dan belajar mengenai produk-produk kecantikan itu sendiri salah satunya dengan cara menyaksikan tayangan video dari *beauty vlogger* yang mereview produk tersebut, yang nantinya akan menentukan keputusan mereka membeli produk tersebut. tidak hanya ulasan mengenai produk kecantikan, melainkan juga cara perawatan kulit dapat kita temui secara mudah dari berbagai sumber di internet, salah satunya adalah Youtube.

Konten video seputar *beauty* ini merupakan konten yang paling sering ditonton perempuan, sebab pada umumnya perempuan menyukai kegiatan berdandan, merawat diri untuk tampil menarik. Dengan menonton channel dari para *beauty vlogger* itu sendiri mampu menambah wawasan dan saling berbagi pengalaman mengenai produk atau langkah-langkah merawat diri yang kemungkinan bisa dipraktikkan atau diikuti oleh penontonnya atau mereka juga bisa mengikuti jejak para *beauty vlogger* inspirasi mereka untuk menjadi seorang *beauty vlogger* juga.

Definisi cantik itu sendiri identik dengan keelokan paras perempuan. Kemajuan informasi dan teknologi yang pesat semakin memudahkan kita untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber. Termasuk dalam pemilihan produk kecantikan, cara berdandan untuk berbagai kebutuhan acara tertentu misalnya sangat mudah diperoleh lewat internet. Hal ini yang membuat banyaknya konten-konten yang berisi soal kecantikan sering kita lihat di berbagai kanal, atau media sosial lainnya.

Fenomena Vlogging mulai menggeser berbagai fenomena-fenomena yang sudah lebih dahulu booming, seperti fenomena instagram atau selebgram, fenomena tiktok dan berbagai fenomena lain yang hadir dari media sosial. Video blog atau vlog merupakan video dokumentasi jurnalistik yang berada didalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini dan ketertarikan.

Perbedaan antara vlog dengan blog terletak pada, media yang digunakan dalam vlog menggunakan video, dimana seorang individu yang gemar membuat vlog atau dikenal dengan sebutan vlogger berbicara langsung didepan kamera dan media unggahan, umumnya vlog diunggah kedalam situs jejaring youtube dan beberapa media sosial lainnya, sedangkan blog diunggah ke dalam situs blog seperti blogger.com, wordpress.com dan situs blog lainnya.

Vlog terlihat lebih menarik dan interaktif karena vlog menampilkan informasi yang disajikan secara audio dan visual secara bersamaan. Menurut data dari mix marcomm magazine orang Indonesia memiliki total waktu rata-rata mengkonsumsi multi layar selama 431 menit setiap harinya. 53% dari waktu tersebut dihabiskan untuk menonton video, terhitung selama hampir empat jam video setiap hari (229

menit). Dari empat jam waktu menonton video, 52% melalui saluran digital: smartphone, tablet, dan laptop dan 48% waktunya dihabiskan untuk menonton saluran tv biasa dan tv berbasis permintaan, “on demand tv”.

Vlog singkatan dari Video dan Blog memiliki definisi sebagai situs *website* yang mengutamakan video sebagai konten utamanya. Pengertian lainnya Vlog adalah sebuah blog video atau video blog (vlog) yang dibuat untuk dibagikan secara online baik disisipkan dalam postingan artikel blog maupun saat ini lebih banyak diunggah secara langsung melalui saluran media sosial seperti Youtube maupun Instagram. Dalam kegiatan vlog atau vlogging itu sendiri terdiri dari berbagai macam tema, diantaranya *daily vlog* , eksperimen, tutorial, unboxing dan lain-lain.

Konten video itu sendiri adalah salah satu jenis konten online yang paling menarik serta mudah dilihat dan langsung dapat dipahami oleh penonton. Karena selain bisa menyajikan informasi, pun dapat langsung memberikan hiburan.

Secara sederhana dapat disimpulkan vlog (video blog) adalah sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang (vlogger) untuk membagikan aktivitas kesehariannya atau membagikan informasi bermanfaat lainnya yang dikemas secara menarik, menghibur dan edukatif.

Manfaat dari vlog itu sendiri tidak hanya diperoleh bagi sang *vlogger* tetapi juga bagi penontonnya, karena bisa memperoleh informasi dan pengetahuan baru. Sebab dalam kegiatan membuat video itu *vlogger* harus mempersiapkan materi atau bahan untuk konten videonya dan menguasai materinya yang diperoleh dari berbagai sumber, manfaat lainnya adalah mendapatkan penghasilan atau uang, jika *vlogger* mampu membuat konten yang menarik, edukatif dan menghibur, sehingga

video yang dibuatnya mendatangkan banyak penonton dan sering dibagikan oleh penonton ke berbagai *platform* media sosial lainnya, dapat membuatnya terkenal dan mendapatkan *endorse* atau iklan dari sponsor.

Penyebaran informasi yang sangat mudah, lewat media sosial saat ini semakin mendukung akses kemudahan untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber, media sosial digunakan dalam kehidupan sehari-hari sehingga seperti membiaskan batasan antara kehidupan dunia nyata dengan kehidupan di internet (sosial media).

Media sosial yang sedang digandrungi selain Facebook dan Instagram salah satunya adalah Youtube yang merupakan salah satu situs website yang sering digunakan sebagai media yang menampung konten-konten video kreatif yang dibuat untuk dibagikan secara online. Atau pengertian lainnya menurut Wikipedia yaitu sebuah situs website yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video.

Memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna (kreator).

Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu. Pengguna yang tidak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih.

Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.

Youtube sendiri mulai berdiri semenjak bulan Februari 2005. Markas besar Youtube berada di San Bruno, California, Amerika Serikat yang diprakasai oleh tiga orang founder Youtube, yaitu Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Website yang kini memuat miliaran video ini berkembang sangat pesat dari awal pertama kali didirikan. Pada tahun 2006 di bulan November, bahkan Google membeli Youtube dengan harga US\$ 1,65 miliar.

Youtube mendapatkan penghasilannya dari iklan yang ditampilkan sebelum video-video youtube diputar. Iklan tersebut dinamakan dengan Google AdSense, sebuah program yang menawarkan pembayaran berdasarkan tingkat frekuensi sebuah video diputar. Pada bulan Februari 2017, tercatat bahwa ada video dengan total durasi 400 jam diunggah di Youtube setiap menitnya dan total satu miliar jam konten Youtube ditonton orang setiap harinya.

Youtube membantu kita untuk tetap terhubung satu sama lain sebagai manusia untuk saling berkomunikasi dan termasuk dalam salah satu komunikasi massa dimana komunikasi terjadi satu arah, meskipun komunikasi tidak terjadi secara langsung namun tujuan komunikasi itu sendiri adalah berbagi informasi, mengedukasi dan menghibur.

Komunikasi merupakan perantara yang digunakan oleh manusia untuk saling terhubung dan berinteraksi dengan manusia lainnya, dimana terjadi suatu proses penyampaian informasi berupa pesan, ide dan gagasan dari suatu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Setiap orang pasti berkomunikasi, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lainnya untuk bisa saling memenuhi kebutuhan masing-

masing. Komunikasi itu sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara, lisan, tulisan, maupun melalui media seperti media massa berupa media cetak, elektronik dan juga internet.

Para *beauty vlogger* mengemas konten-konten video yang mereka buat dengan menarik, mulai dari thumbnail video yang dibuat, kualitas gambar video yang baik lalu dilengkapi dengan cara mereka berinteraksi menggunakan bahasa sehari-hari dan penyampaian pesan atau informasi disesuaikan dengan segmentasi penonton mereka sehingga seperti tidak ada jarak antara pembuat video dengan penontonnya dan informasi yang disampaikan pun bisa diterima dengan baik oleh penontonnya.

Fenomenologi (fenomena) adalah salah satu metode pencarian data dalam metode penelitian kualitatif. Fenomenologi merupakan sebuah aliran filsafat yang menilai manusia sebagai sebuah fenomena. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *phainomai* yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk ‘pada yang nampak’. Fenomenologi mempelajari tentang arti kehidupan beberapa individu dengan melihat konsep pengalaman hidup mereka atau fenomenanya. Fokus dari fenomenologi adalah melihat apakah objek penelitiannya memiliki kesamaan secara universal dalam menanggapi sebuah fenomena.

Tujuan utama dari fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami kesadaran, pikiran dan dalam tindakan seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksikan makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektif. Intersubjektif karena pemahaman kita terbentuk oleh



hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari tentang fenomena yang nampak di depan mata dan bagaimana penampakannya.

Sebagai mahasiswa saat ini, kita dituntut untuk bisa berfikir intelek namun juga dinamis dan fleksibel terhadap perubahan sosial yang terjadi di sekeliling kita, maka dari itu kita juga harus lebih peka terhadap sebuah trend, maupun peristiwa-peristiwa lainnya yang terjadi.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dikemukakan, yang menjadi fokus kajian adalah **“Bagaimana Fenomena *Beauty Vlogger* di Media Sosial Youtube pada Mahasiswi”**

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

- 1) Bagaimana motif mahasiswi ilmu komunikasi UNPAD Bandung mengenai *beauty vlogger* di Youtube
- 2) Bagaimana tindakan yang dilakukan mahasiswi ilmu komunikasi UNPAD setelah menonton tayangan video dari *beauty vlogger* di Youtube

- 3) Bagaimana makna keberadaan *beauty vlogger* di Youtube bagi mahasiswi ilmu komunikasi UNPAD

### **1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang Strata 1 (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Humas (Hubungan Masyarakat) dan mengetahui secara mendalam mengenai keberadaan *Beauty Vlogger* bagi mahasiswi Ilmu Komunikasi UNPAD Bandung, adapun uraiannya sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui motif mahasiswi ilmu komunikasi UNPAD Bandung mengenai *beauty vlogger* di Youtube.
- 2) Untuk mengetahui tindakan yang dilakukan yang dilakukan mahasiswi ilmu komunikasi UNPAD Bandung setelah menonton tayangan video dari *beauty vlogger* di Youtube.
- 3) Untuk mengetahui makna keberadaan *beauty vlogger* di Youtube bagi mahasiswi ilmu komunikasi UNPAD Bandung.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya di bidang Hubungan

Masyarakat (HUMAS). Oleh karena itu kegunaan dari penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

**1) Kegunaan teoretis**

- a) Sebagai salah satu informasi dan kepustakaan bagi mahasiswa dan mahasiswi konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.
- b) Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah variasi bahan kajian tentang Fenomena di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, serta bisa dijadikan referensi bagi penelitian yang mengambil objek serupa.

**2) Kegunaan Praktis**

- a) Penelitian ini diharapkan membuat kita semakin peka terhadap perkembangan sosial yang terjadi di lingkungan sekitar.
- b) Mampu menjadi sumbangan pemikiran dalam menyikapi fenomena *beauty vlogger* di media sosial Youtube pada kalangan mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung.

