

**PENGARUH TAYANGAN BEAUTY VLOGGER TERHADAP PERILAKU
IMITASI PADA MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI
UIN SUSKA RIAU**



SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana S. Ikom*

Oleh:

NUR AINUN YULIVIA
11643202781

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H. R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nur Ainun Yulivia
NIM : 11643202781
Judul : Pengaruh Tayangan Beauty Vlogger Terhadap Perilaku Imitasi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:


Hari : Selasa
Tanggal : 19 July 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

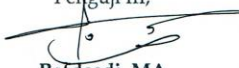
Pekanbaru, 19 July 2022
Dekan,

Dr. Imson Kosidi, M.A, PhD
NIP. 19821118 200901 1 006
Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,


Dr. Kodarni, S.ST., M.Pd
NIK. 130311014


Penguji III,


Rafdeadi, MA
NIP.19821225201101 1 011

Sekretaris/ Penguji II,


Yefni, M. Si
NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji IV,


Julis Suriani, M. I.Kom
NIK. 2022079101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH TAYANGAN BEAUTY VLOGGER TERHADAP PERILAKU IMITASI
PADA MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU

Disusun oleh:

NUR AINUN YULIVIA
11643202781

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 06 Juli 2022

Pembimbing,



Dr. Fiti Antin, S.Sos, M.Si
NIP. 197003011999032002

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 198103132011011004

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 06 Juli 2022

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Nur Ainun Yulivia
NIM : 11643202781
Judul Skripsi : Pengaruh Tayangan Beauty Vlogger Terhadap Perilaku Imitasi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Dr. Fiti Antin, S.Sos, M.Si
NIP.19700301199903 2 002

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

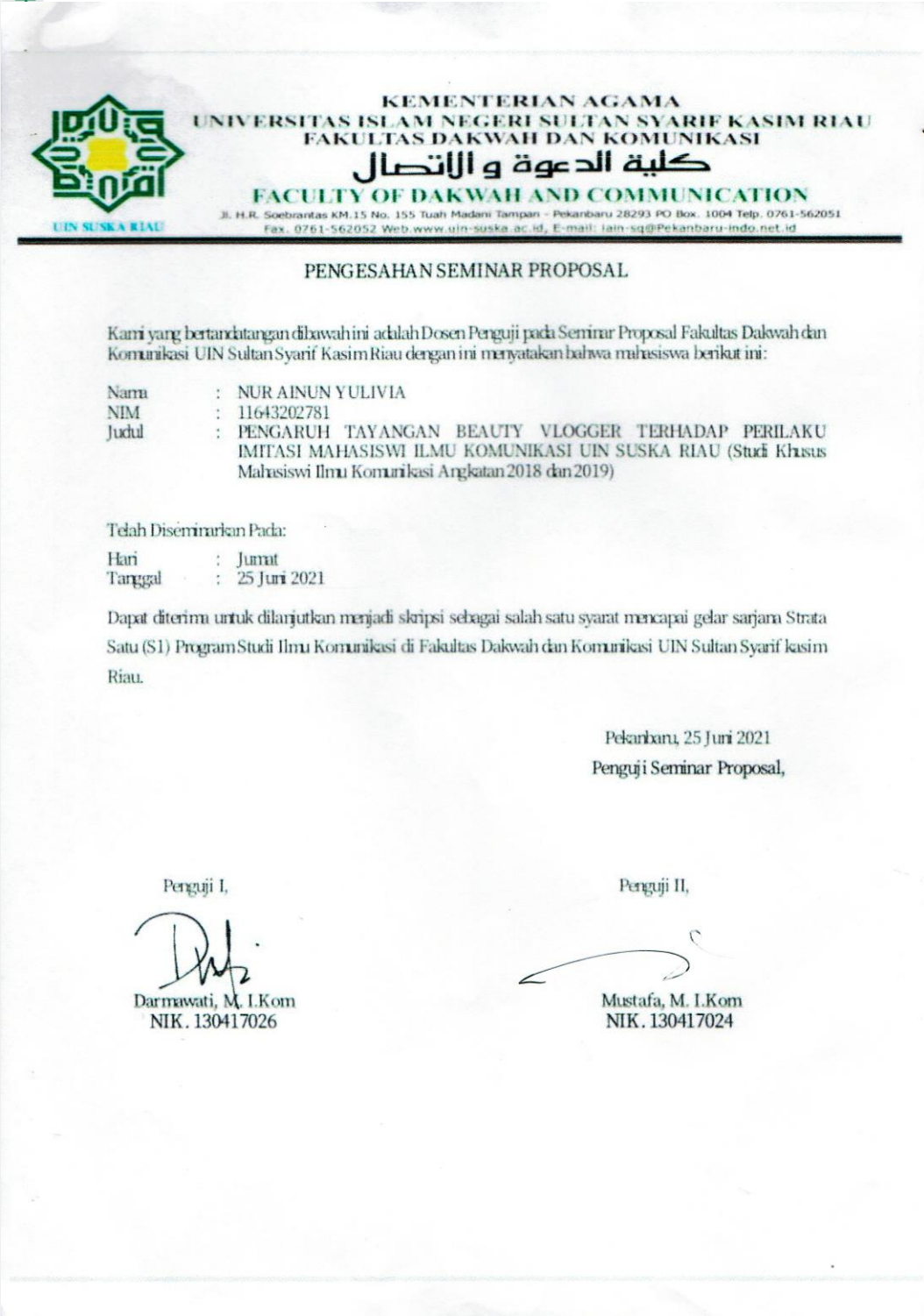


Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 20 1101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NUR AINUN YULIVIA
 NIM : 11643202781
 Tempat/Tgl. Lahir : Tanjung Pinang / 04-Juli -1998
 Fakultas/Pascasarjana : Da'wah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya*:
Pengaruh tayangan beauty vlogger terhadap perilaku imitasi pada
mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 06 Juli 2022
 Yang membuat pernyataan


 A3263AJX89768
 NUR AINUN YULIVIA
 NIM : 11643202781

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Nur Ainun Yulivia

Nim : 11643202781

Judul : Pengaruh Tayangan Beauty Vlogger Terhadap Perilaku Imitasi Pada Mahasiwi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Saat ini maraknya konten Youtube tentang kecantikan dikalangan masyarakat atau disebut dengan beauty vlog. Munculnya *beauty vlog* ini mampu menarik perhatian para perempuan untuk mempercantik diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang timbul dari tayangan beauty vlogger terhadap perilaku imitasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasisiwi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan tahun 2018 dan 2019, dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Teknik analisis data menggunakan SPSS 26.0. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai F hitung 417.896 dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 dibawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tayangan beauty vlogger berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku imitasi. Perilaku imitasi dalam penelitian adalah meniru gaya bermakeup yang dilakukan oleh beauty vlogger, meniru produk-produk makeup yang digunakan oleh beauty vlogger, meniru cara beauty vlogger dalam hal merawat wajah. Tayangan beauty vlogger berpengaruh terhadap perilaku imitasi sebesar 81,8% sedangkan sisanya (18,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pengaruh, Youtube, Beauty Vlogger, Perilaku Imitasi

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Nur Ainun Yulivia
Student Reg. No : 11643202781
Title : *The Effect of Beauty Vlogger Shows on Imitation Behavior of Communication Students at UIN Suska Riau*

At the moment lots of content Youtube about beauty among public or called a beauty vlog. Appearance beauty vlog capable interesting attention the women for beautify face. The study purpose for know influence from show beauty vlogger against behavior imitation student Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Method be use in research is survey method approach quantitative. Be use analysis regression simple linear. Population in research is student Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau generation year 2018 and 2019, amount sample as much 95 respondent. Data analysis use SPSS 26.0. The results showed that the value of F count 417,896 and the resulting significance value was 0,000 below 0.05 so it could be concluded that the beauty vlogger show had a significant effect on imitation behavior. The imitation behavior that appears from the communication science student is to imitate the makeup style carried out by beauty vlogger, imitating the makeup products used by beauty vlogger, imitating the method of beauty vlogger in terms of caring for the face. beauty vlogger shows affect the imitation behavior of 81.8% while the remaining (18.2%) is influenced by other variables that are not studied in this study.

Keyword : Influence, Youtube, Beauty Vlogger, Behavior Imitation

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kita rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring salam tak lupa peneliti hadiahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, yang mana telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke alam yang terang benderang penuh ilmu pengetahuan.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Tayangan Beauty Vlogger terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau”** ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau guna memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana strata satu (S.IKom).

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan serta dukungan kepada penulis sdari awal pengerjaan sampai selesai. Terima kasih yang utama kepada kedua orang tua, skripsi ini penulis persembahkan kepada Ayahanda terhebat Abdul Muin dan Ibunda tersayang Hasniati yang telah memberikan semangat, dukungan, doa dan memberikan kasih sayang yang tiada habisnya. Terima kasih kepada kedua adik penulis Nur Afni Octavia dan Alfian Fadilah Pitra yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan penuh kepada penulis dan terima kasih seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Tak lupa penulis mengucapkan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helimiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Dr. H. Mas’ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II, Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor 3 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan seluruh civitas Kampus.
3. Bapak Dr. Imron Rosidi selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi bapak Artis, M.I.Kom.
6. Bapak Rafdeadi, S.Sos.I.,MA, selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menyelesaikan pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
7. Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si, selaku Pembimbing Skripsi. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berpartisipasi selama masa perkuliahan dimulai sampai saat ini.
9. Seluruh Staff dan Pegawai Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu penulis menyelesaikan segala administrasi dan lainnya.
10. Sahabat penulis yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, Multia Safitri Rahmadani, Desy Fardina S.Ked.
11. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Teman-teman KKN Desa Nyiur permai dan teman-teman magang di TV Kepri.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
14. Dan terakhir kepada diri saya sendiri yang telah mampu bertahan dan melewati semua proses hingga sampai tahap ini.

Terima kasih dan maaf penulis haturkan untuk segala kebaikan semua pihak atas segala kesalahan yang sengaja atau tidak sengaja penulis lakukan selama perkuliahan sampai saat ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

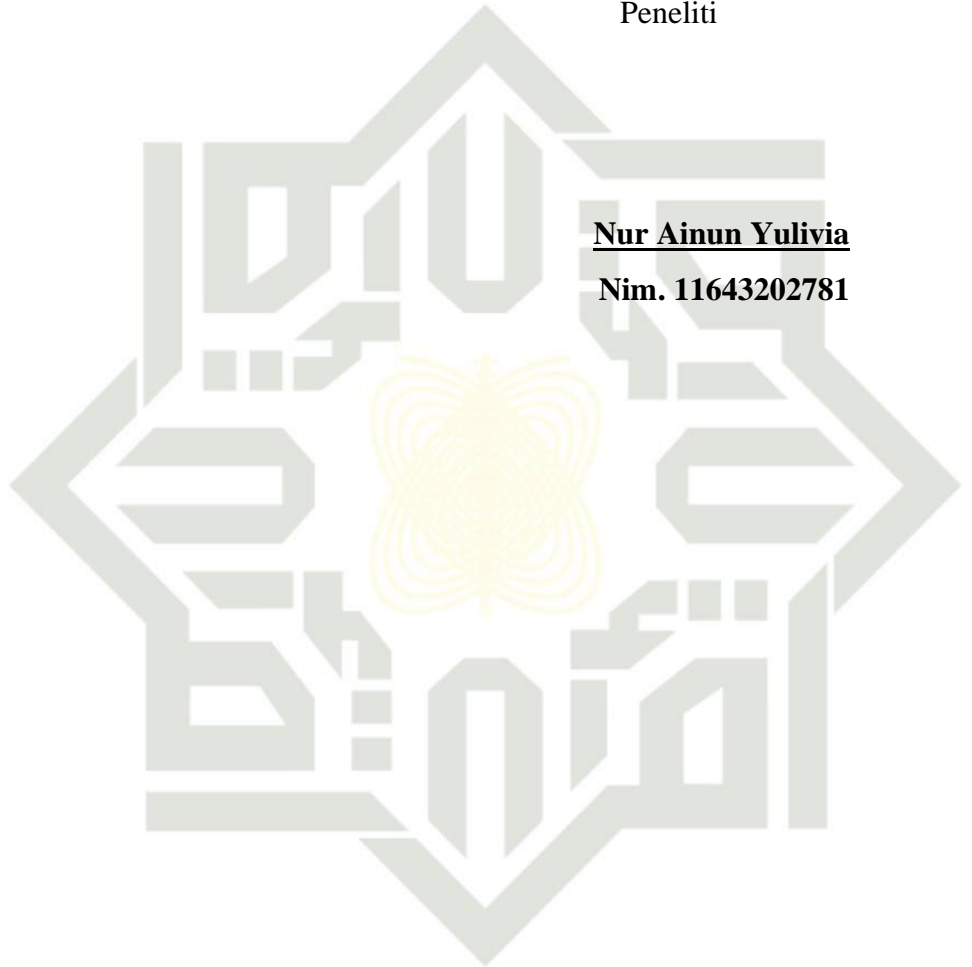
Penulisan ini tentu jauh dari kata sempurna dan terdapat banyak kesalahan. Karena itu, penulis mohon kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan bagi pembaca umumnya. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Pekanbaru, Juni 2022

Peneliti

Nur Ainun Yulivia

Nim. 11643202781



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teori	12
2.2.1 Teori S-O-R.....	13
2.2.2 Terpaan Media.....	15
2.2.3 New Media	15
2.2.4 Perilaku Imitasi	20
2.3 Konsep Operasional	22
2.4 Kerangka Fikiran	23
2.5 Hipotesis	24
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

3.4.1 Kuesioner.....	29
3.4.2 Dokumentasi.....	30
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	30
3.6 Teknik Analisis Data	32

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat UIN Suska Riau	34
4.2 Visi, Misi, dan Tujuan Jurusan Ilmu Komunikasi.....	37
4.3 Gambaran Umum mengenai <i>Beauty Vlogger</i>	38

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian.....	44
5.1.1 Karakteristik Responden	44
5.1.2 Jawaban responden Pada Kuesioner	49
5.1.3 Rekapitulasi Jawaban Responden	70
5.1.4 Uji Validitas	75
5.1.5 Uji Reliabilitas.....	76
5.1.6 Uji Regresi Linier Sederhana	77
5.1.7 Uji Hipotesis.....	79
5.2 Pembahasan	81

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	84
6.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Fikiran	23
Tabel 3.1 Populasi.....	27
Tabel 5.1 Data karakteristik tahun angkatan responden	45
Tabel 5.2 Data karakteristik tahun angkatan responden	45
Tabel 5.3 Data karakteristik <i>beauty vlogger</i> yang ditiru	46
Tabel 5.4 Data karakteristik channel YouTube yang diikuti	47
Tabel 5.5 <i>Beauty vlogger</i> mampu memberikan informasi yang berasal dari pengetahuan, pengalaman dan keahlian mengenai kecantikan	49
Tabel 5.6 <i>Beauty vlogger</i> mampu berkomunikasi dengan baik	50
Tabel 5.7 <i>Beauty vlogger</i> mampu mempengaruhi untuk bermake up	50
Tabel 5.8 Mendapatkan kepercayaan dari <i>beauty vlogger</i> ketika bermake up	51
Tabel 5.9 Tertarik menonton <i>beauty vlog</i> karena informasi dari teman	51
Tabel 5.10 Tertarik dengan keterampilan <i>beauty vlogger</i>	52
Tabel 5.11 Penampilan <i>beauty vlogger</i> menarik perhatian.....	53
Tabel 5.12 Daya Tarik <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan informasi	53
Tabel 5.13 Minat bermake up yang sama dengan <i>beauty vlogger</i>	54
Tabel 5.14 Rasa kagum kepada <i>beauty vlogger</i> karena keahliannya.....	54
Tabel 5.15 Rasa kagum ke <i>beauty vlogger</i> karena bermake up dengan baik ...	55
Tabel 5.16 <i>Beauty vlogger</i> mampu mempengaruhi untuk mengimitasi	56
Tabel 5.17 Menyukai tayangan <i>beauty vlog</i> yang fresh.....	56
Tabel 5.18 <i>Beauty vlogger</i> memiliki ciri khas sendiri	57
Tabel 5.19 <i>Beauty vlogger</i> mengikuti tren baru.....	57
Tabel 5.20 <i>Beauty vlogger</i> menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	58
Tabel 5.21 <i>Beauty vlogger</i> menciptakan komunikasi 2 arah	59
Tabel 5.22 <i>Beauty vlogger</i> melibatkan penonton dalam tayangannya	59
Tabel 5.23 <i>Beauty vlog</i> berisi tren fashion atau produk make up.....	60
Tabel 5.24 Tayangan <i>beauty vlog</i> juga berisi hiburan	60
Tabel 5.25 Mengerti maksud dan tujuan tayangan <i>beauty vlog</i>	61
Tabel 5.26 Tertarik kepada tayangan karena sesuai dengan gaya make up	62



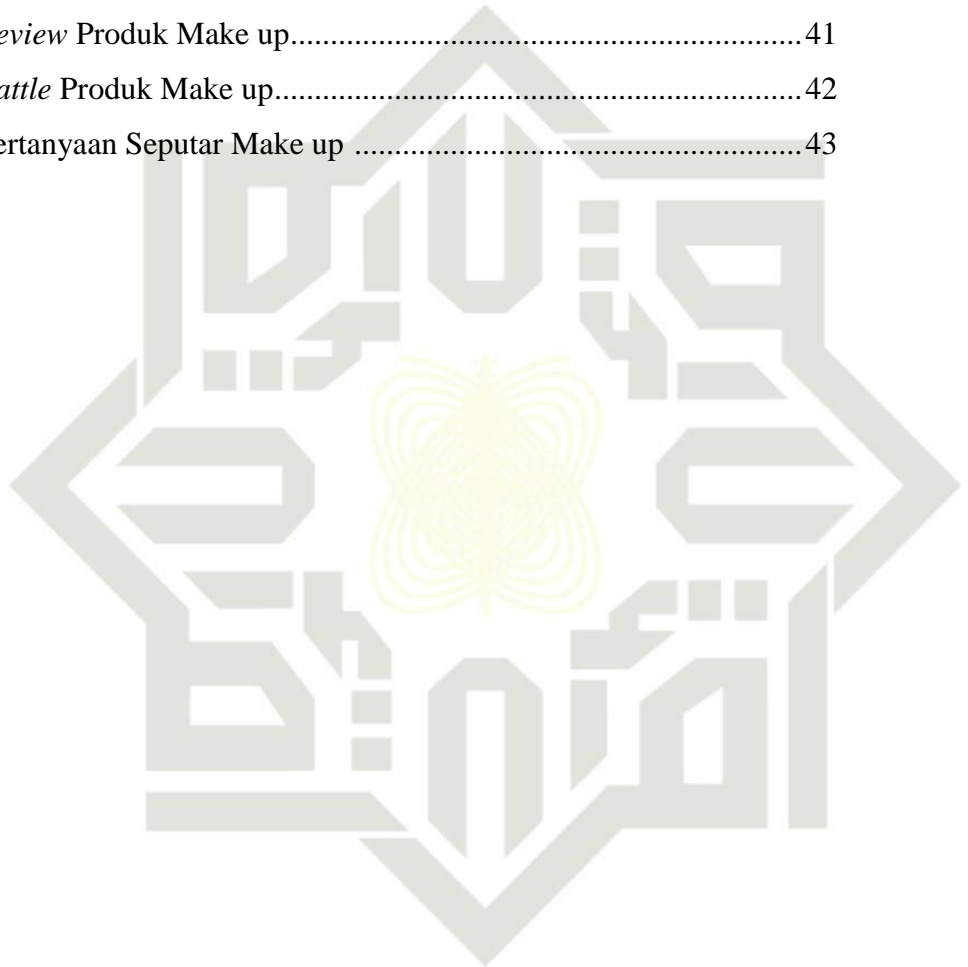
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.27 Tertarik dengan tayangan yang menampilkan proses make up	62
Tabel 5.28 Memperhatikan gaya make up beauty vlogger	63
Tabel 5.29 Mengingat proses make up dalam tayangan	64
Tabel 5.30 Mengingat isi tayangan beauty vlog	64
Tabel 5.31 Bisa menyampaikan informasi yang ada didalam tayangan	65
Tabel 5.32 Meniru gaya beauty vlogger dalam kehidupan sehari-hari	65
Tabel 5.33 Dapat mempraktikkan gaya make up yang ada di tayangan	66
Tabel 5.34 Meniru ikut membuat tayangan beauty vlog.....	67
Tabel 5.35 Mengimitasi apa yang dilihat dalam tayangan beauty vlog	67
Tabel 5.36 Mendapatkan motivasi agar bisa menerapkan cara bermake up	68
Tabel 5.37 Mendapatkan motivasi agar bisa bermake up dengan baik.....	68
Tabel 5.38 Motivasi yang diberikan sangat berguna	69
Tabel 5.39 Rekapitulasi responden pada variabel pengaruh tayangan	70
Tabel 5.40 Rekapitulasi responden pada variabel perilaku imitasi.....	73
Tabel 5.42 Uji Validitas	75
Tabel 5.43 Uji Reliabilitas	77
Tabel 5.44 Descriptive Statistics.....	78
Tabel 5.45 Uji Koefisien Determinasi	78
Tabel 5.46 Nilai Koefisien Regresi	79
Tabel 5.47 ANOVA	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori S-O-R.....	14
Gambar 4.1 Channel <i>beauty vlogger</i> Suhay Salim	38
Gambar 4.2 Channel <i>beauty vlogger</i> Lifni	39
Gambar 4.3 Tutorial Make up.....	41
Gambar 4.4 <i>Review</i> Produk Make up.....	41
Gambar 4.5 <i>Battle</i> Produk Make up.....	42
Gambar 4.6 Pertanyaan Seputar Make up	43



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

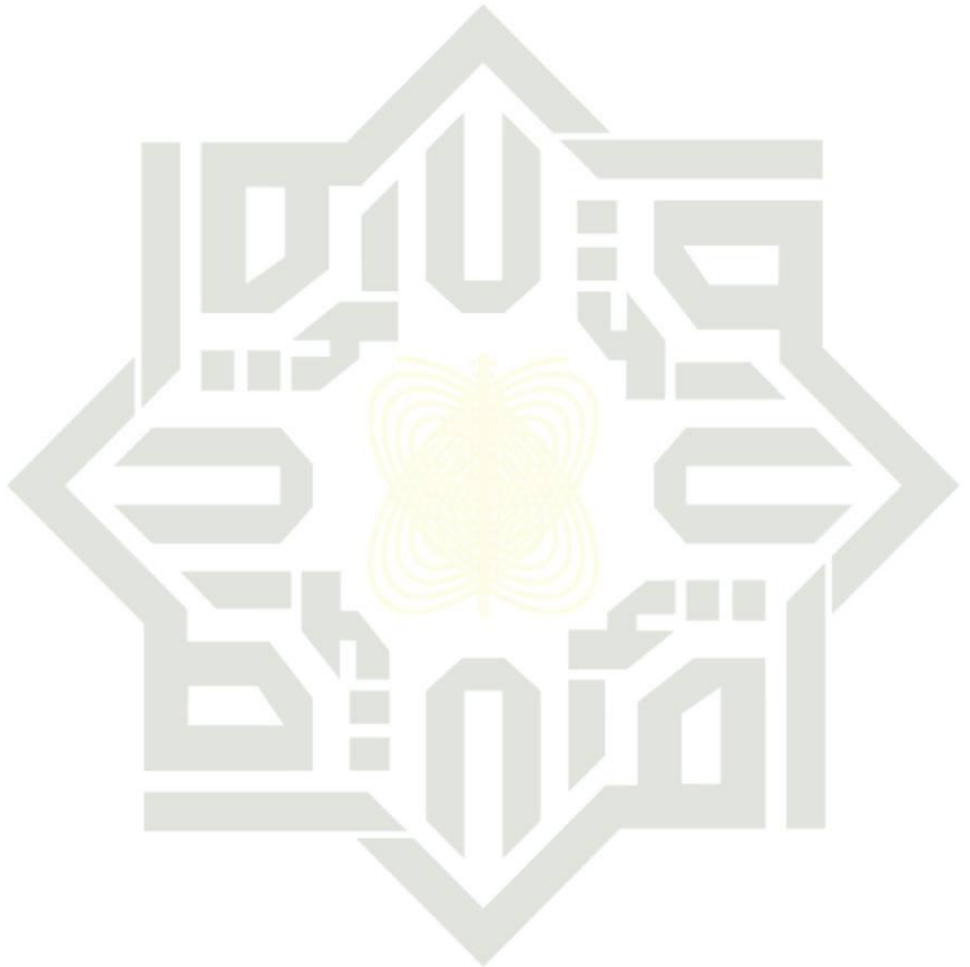
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Tabulasi Variabel X dan Variabel Y

Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 4: Tabel r Product Moment



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet menjadi salah satu hal yang sangat dibutuhkan oleh manusia untuk melakukan berbagai hal misalnya berkomunikasi jarak jauh, menonton video-video, membaca berita, mencari informasi yang sulit dijangkau, bermain game dan masih banyak lagi hal yang dapat dilakukan menggunakan internet. Lahirnya internet saat ini sangat membantu kita dalam berbagai hal dan menjelaskan bahwa media hiburan dan informasi itu tidak hanya ditampilkan di televisi, surat kabar, radio tetapi ada juga didalam internet. Dalam perkembangannya, internet menjadi sebuah jaringan (*network*) komputer terbesar di dunia. Jaringan merupakan istilah yang berarti sekelompok komputer yang dihubungkan bersama sehingga dapat berbagi informasi dan sumber daya.

Sesuai dengan namanya, internet bukan hanya sekedar jaringan tunggal tetapi lebih merupakan jaringan dari jaringan lainnya. Internet mengandung sejumlah standar untuk melewati informasi dari satu jaringan ke jaringan lainnya, sehingga jaringan-jaringan di seluruh dunia dapat berkomunikasi.¹ Banyaknya manfaat yang ditimbulkan oleh internet menjadikan keberadaannya sangat diminati oleh seluruh penggunanya dari seluruh dunia. Karena sumber daya informasinya sangat luas dan terlalu besar mengakibatkan internet tidak bias ditangani baik oleh satu orang, satu organisasi bahkan satu dunia pun. Tidak ada satu orangpun yang dapat memahami seluk beluk internet.²

Dalam sejarah internet, YouTube adalah platform video berbasis internet dengan jumlah pengguna sekitar dua milyar perbulannya, 62 persen pengunanya

¹ Day Shirky, *Internet Lewat E-Mail*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1995), h. 2.

² Fani Sidharta, *Internet: Informasi Bebas Hambatan 2*, (Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 1996), h. 8



adalah pria sedangkan untuk wanita mencapai 38 persen dan setiap hari, dengan jumlah penonton mencapai 1 miliar penonton perharinya. Pengertian YouTube sendiri adalah sebuah media atau tempat untuk menonton, menayangkan bahkan berbagi video yang berbasis internet, berbeda dengan televisi konten yang terkandung dalam setiap video di YouTube lebih bersifat fleksibel dan tidak terlalu dibatasi oleh peraturan-peraturan. Itu sebabnya orang-orang dapat mengunggah apapun di situs YouTube, namun YouTube tetap memiliki kebijakannya sendiri.

Hadirnya YouTube memberikan pengaruh yang luar biasa kepada masyarakat khususnya orang-orang yang memiliki minat dibidang pembuatan video seperti film pendek, video dokumenter, video musik, video blog, dan lainnya yang tidak memiliki tempat sendiri untuk menampilkan karya mereka. Konten-konten yang paling diminati oleh pengguna YouTube adalah *daily & travel vlog, make up & beauty, prank, review & unboxing, gaming channel*. Video-video dalam YouTube lebih bersifat fleksibel, tidak ada batasan durasi dan bisa ditonton kapan saja, bahkan bisa ditonton berulang-ulang kapan saja diinginkan berbeda dengan menonton di televisi, YouTube memiliki karakteristik tersendiri seperti kalau ingin menonton video offline harus didownload terlebih dahulu.

Saat ini konten YouTube yang sedang naik daun dikalangan wanita adalah konten kecantikan atau sering disebut dengan *beauty vlog*, konten ini berisikan informasi mengenai dunia kecantikan seperti tutorial bermake-up, *me-riview* produk-produk kecantikan, mengkombinasikan atau mengaplikasikan berbagai macam produk, rekomendasi tempat untuk membeli produk kosmetik dan kecantikan. *Beauty vlog* tidak hanya membahas tentang make up tapi juga membahas hal lainnya seperti model berpakaian OOTD (*outfit of the day*), mengkreasikan model hijab, merawat wajah, produk *skincare* yang sesuai dengan wajah, bahkan pengalaman *beauty vlogger* dalam menggunakan produk kecantikan. Berdasarkan survey ZAP Beauty Index bahwa dalam pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk kecantikan, sebanyak 40,9% perempuan Indonesia lebih mempercayai informasi yang dibagikan beauty vlogger ketimbang temannya sendiri.³

Dan karena itu pula video dengan konten seperti ini memiliki tempat tersendiri dikalangan wanita terutama para pelajar atau mahasiswi sebab wanita sangat tertarik dengan sesuatu yang membuat mereka terlihat cantik dan berkesan, seperti yang sering kita perhatikan banyak para pelajar ataupun mahasiswi yang menggunakan make up untuk mempercantik diri dan menjadikan para *beauty vlogger* sebagai *role mode* mereka dalam bermake-up ataupun *stylish* mereka sesuai dengan mereka. Dikutip dari situs BBC.Com pada tahun 2018 orang telah menonton lebih dari satu juta video kecantikan di YouTube setiap hari.⁴ *Beauty vlogger* adalah sebutan untuk orang-orang yang membuat konten kecantikan berupa video yang diunggah ke YouTube.⁵ Ada 88 miliar video terkait kecantikan yang ditonton di YouTubr pada tahun 2017, naik dari angka 55 miliar pada tahun 2016.⁶

Biasanya para *beauty vlogger* ini biasanya memiliki ciri khas tersendiri di video mereka dalam memberikan tips dan trik bermake-up, atau produk-produk yang mereka gunakan. Misalnya Rachel Goddard dia adalah *beauty vlogger* dengan make up ala artis Hollywood, Hanggini Purindo konten berisikan make-up dengan budget terbatas, Cinderella make up ala Korea seperti yang diketahui Cinderella merupakan seorang kpopers, dan masih banyak lagi para beauty vlogger lainnya yaitu Sarah Ayu, Abel Cantika, Nanda Arsyinta, Tasya Farasya dan lainnya. Dengan munculnya konten-konten seperti ini setidaknya dapat memberikan informasi-informasi kepada para wanita agarnya membuat

³ <https://tirto.id/saling-menguntungkan-antara-beauty-vlogger-dan-industri-kecantikan-c2aa>

⁴ <https://www.bbc.com/news/business-43966384>

⁵ Mulan Deasy Puspitasari Widodo, M. Khalid Mawardi, "Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristic serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention". Jurnal Administrasi Publik, Vol. 47, No 1, 2017, h. 64

⁶ <https://statista.com>



penampilannya lebih menarik. Untuk mencari video-video tersebut di YouTube para pengguna cukup mengetikkan kata kunci atau judul yang mereka butuhkan.

Salah satu efek yang sering muncul dikalangan para wanita akibat adanya konten seperti ini adalah terjadinya perubahan perilaku dan fikiran bahwa perempuan adalah orang yang ingin tampil menarik disetiap saat maka tak heran kosmetik dianggap benda paling dibutuhkan untuk menunjang penampilan. Sehingga menimbulkan minat seseorang terhadap produk kecantikan atau segala sesutau yang berhubungan dengan *beauty vlog*, mereka menaruh minat beli dan juga meniru model make up seorang *beauty vlogger*. mereka juga terlihat menonton tayangan beauty vlog di gadget pribadi mereka, mereka juga terlihat mengikuti akun YouTube para *beauty vlogger* agar tidak ketinggalan postingan terbaru yang berkaitan dengan kecantikan itu sendiri.

Segala hal yang berkaitan dengan kecantikan sangat diminati oleh setiap perempuan diseluruh dunia dan tak ayal seluruh mahasiswi UIN Suska Riau juga sangat memperhatikan kecantikan dan menjadi peminat hal-hal yang berbau kecantikan dapat dilihat dari cara mereka berpakaian. Dan berdasarkan pengamatan peneliti mereka kerap menyukai postingan-postingan mengenai produk-produk kecantikan dan tidak jarang mereka memposting hal-hal yang berkaitan dengan kecantikan. Mereka mampu mengimitasi(meniru) para *beauty vlogger* dengan sangat baik seperti mereka meniru cara menggunakan make up yang sama dengan *beauty vlogger*, menggunakan produk kecantikan yang sama. Tidak hanya itu mereka mampu meniru hal-hal yang belum mereka ketahui sebelumnya.

Alasan peneliti meneliti konten ini adalah karena semakin maraknya konten Youtube terlebih konten kecantikan yang menarik perhatin para perempuan, terlebih mahasiswi mereka senang melihat konten kecantikan karena pada usia-usia remaja menuju dewasa ini mereka ingin lebih terlihat menarik untuk dilihat. Peneliti meneliti tentang tayangan *beauty vlogger* dikalangan mahasiswi Ilmu Komunikasi karena dapat diteliti dengan pengamatan secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung serta agar bisa mengurangi dan meminimalisir hambatan yang mungkin terjadi dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini khusus membahas tentang make-up saja karena dilihat dari segi manapun make-up adalah hal paling mendasar bagi para wanita untuk tampil cantik dengan olesan-olesan make-up.

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini, untuk mengetahui apakah ada mahasiwi yang terpelajar dapat terpengaruh perilaku yang timbul akibat tayangan *beauty vlog*? Maka dari peneliti melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh tayangan beauty vlogger terhadap perilaku imitasi pada mahasiwi ilmu komunikasi UIN Ssuska Riau”**.

1.2 Penegasan Istilah

1.2.1 Pengaruh Tayangan

Dalam KBBI pengaruh mempunyai arti faktor yang menyebabkan sesuatu terjadi atau sesuatu yang bisa mengubah sesuatu yang lain. Sedangkan pengertian pengaruh dalam buku Mengerti Sejarah adalah suatu efek yang tegar dan membentuk pikiran dan perilaku manusia baik sendiri-sendiri ataupun kolektif.⁷ Sedangkan tayangan menurut KBBI adalah sesuatu hal yang ditayangkan atau dipertunjukkan (diperlihatkan). Pengaruh tayangan ini bisa diartikan sebagai sesuatu yang menyebabkan suatu hal dari sebuah tayangan atau tontonan. Pengaruh tayangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh yang diakibatkan oleh pengaruh tayangan pada sebuah perilaku.

1.2.2 Beauty Vlogger

Beauty vlogger adalah seseorang yang membuat serta mengunggah video tentang kecantikan.⁸ Berikut adalah beberapa nama-nama *beauty*

⁷ Luis Gottschalk, Mengerti Sejarah, (Depok: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia, 2000), h. 171

⁸ Mulan Deasy Puspitasari Widodo, M. Khalid Mawardi, “Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristic serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention”. Jurnal Administrasi Publik, Vol. 47, No 1, 2017, h. 64



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

vlogger yang ada di Indonesia yaitu ada Tasya Farasya, Rachel Goddard, Suhay Salim, Tyna Kanna Mirdad, Kesha Ratuliu dan masih banyak lagi. Dalam channel YouTube milik mereka, berisikan segala hal yang berkaitan dengan mempercantik diri, baik itu cara merawat wajah yang benar, produk-produk skincare yang sesuai dengan kulit wajah, pemilihan produk make up yang cocok dengan wajah dan banyak lagi. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *beauty vlogger* adalah apakah para *beauty vlogger* ini dapat memberikan pengaruh kepada para penontonnya jika terbukti *beauty vlogger* tersebut memberikan pengaruh, pengaruh apa yang timbul dan bagaimana cara mereka mempengaruhinya.

1.2.3 Perilaku

Perilaku menurut skinner seorang ahli psikolog respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya.⁹ Perilaku manusia pada hakikatnya adalah kegiatan yang dilakukan seseorang baik yang diamati maupun tidak dapat diamati oleh interaksi manusia dengan lingkungannya, antara lain perilaku dalam berbicara, menangis, bergerak, berjalan, emosi, pikiran, motivasi dan lainnya sesuai dengan rangsangan yang diperoleh.

1.2.4 Imitasi

Imitasi adalah proses sosial yang dilakukan oleh seseorang dalam peniruan terhadap sikap, gaya hidup.¹⁰ Proses ini tidak hanya melibatkan bahasa tapi juga kemampuan pemahaman terhadap pemikiran orang lain. Pengertian perilaku imitasi itu sendiri adalah kegiatan meniru segala

⁹ Wardiah, Teori Perilaku dan Budaya Organisasi, (Bandung: Pustaka Setia, 2016)

¹⁰ Ratih Dwi Sasmita, KORELASI INTENSITAS MENONTON SINETRON REMAJA "COOKIES" DAN INTENSITAS BERKOMUNIKASI DENGAN ORANG TUA TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA PUTRI (Studi Korelasi Antara Intensitas Menonton Tayangan Sinetron "COOKIES" di SCTV Terhadap Perilaku Imitasi Siswi di SMA BOPKRI 1 Yogyakarta). Skripsi. 2011



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesuatu yang ingin ditiru oleh diri sendiri. Dalam penelitian ini perilaku imitasi yang dimaksud ialah kegiatan meniru apa saja yang dilakukan *beauty vlogger* dalam hal bermake-up.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa masalah yang akan diteliti adalah “Apakah ada pengaruh tayangan *beauty vlogger* di YouTube terhadap perilaku imitasi dikalangan mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018 dan 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau?”

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah ada pengaruh yang timbul dari tayangan *beauty vlogger* di YouTube terhadap perilaku mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang timbul akibat tayangan *beauty vlogger*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi para mahasiswa untuk memberikan sumbangsih pemikiran dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai dampak dari sebuah media terhadap pola perilaku.
2. Bagi instansi sebagai bahan tujuan/acuan atau perbandingan untuk para peneliti yang ingin mengkaji masalah dengan objek serupa.
3. Bagi masyarakat memberikan informasi dan pengetahuan mendasar kepada masyarakat khususnya perempuan yang sangat memperhatikan penampilan agar mengetahui apakah ada pengaruh konten *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang kajian terdahulu, kajian teori, konsep operasional, kerangka pikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan desain penelitian/pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan mengenai gambaran umum tentang subjek penelitian yaitu lokasi penelitian dan mengenai *beauty vlogger*.

BAB V HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran, kesimpulan diperoleh dari hasil penelitian berdasarkan masalah.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya mencari perbandingan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan dengan tujuan sebagai sumber informasi dan perbandingan. Biasanya terdiri dari letak perbedaan dan hasil penelitian. Berikut adalah beberapa contoh penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

1. Penelitian oleh Yesi Paradina Sella dengan judul penelitian **Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda)** Vol 1 No 3, 2013: 66-80. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana perilaku yang ditunjukkan oleh remaja khususnya perilaku imitasi.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa responden yang menjadi informan secara tidak disadar mereka telah melakukan perilaku meniru secara berkelanjutan dan mulai mengaplikasikan di kehidupan sehari-hari mereka. Ini disebabkan oleh kurangnya kontrol dari orang tua, kurangnya penyajian tayangan local yang menarik perhatian responden. Dalam penelitian ini perilaku imitasi yang dilakukan adalah berupa pakaian yang mengikuti gaya idolanya yang memakai busana berpotongan rendah yang jauh dari norma ketimuran serta memakai make up yang seharusnya belum dilakukan diusia dini.¹¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada analisa yang digunakan metode kualitatif dan teori peluru atau jarum

¹¹ Yesi Paradina sella, "Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja setelah Menenonton tayangan dalam Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda)," *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.1 , no. 3 (2013) (sella, 2013)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hipodermik sedangkan penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan teori S-O-R.

2. Penelitian selanjutnya oleh Anasthya Liviani, Santi Delliana dengan judul **Pengaruh Terpaan Tayangan Animasi Nussa official (Cuci Tangan Yuk) Di YouTube Terhadap Perilaku Imitasi Anak** Vol 3 No 2, November 2020: 44-50. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan tayangan animasi Nussa Official episode Cuci Tayangan Yuk di Youtube terhadap perilaku imitasi anak usia 4-5 tahun kota Bekasi Utara.

Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh terpaan tayangan animasi Nussa Official episode Cuci tangan Yuk terhadap perilaku imitasi anak usia 4-5 tahun di kota Bekasi utara sebesar 18%, koefisien korelasi sebesar 0,427 dengan persamaan regresi $Y = 46,328 + 0,797X$. Sedangkan koefisien determinasi R square = 0,182.¹²

Perbedaan terletak pada metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis eksplanatori dan menggunakan teori Belajar sosial sedangkan penelitian yang peneliti gunakan menggunakan kuantitatif deskriptif dan teori S-O-R.

3. Selain itu penelitian lainnya oleh Anisa Lestari, dengan judul **Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger Di Situs YouTube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa**. Vol 3 No 2, 2021: 179—98. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan purposive sample dengan 172 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai R Square 0,606 yang berarti efek kognitif, afektif dan efek perilaku berpengaruh terhadap perilaku imitasi

¹²Anasthya Liviani, Santi Delliana, "Pengaruh Terpaan tayangan Animasi Nussa Official (Cuci Tangan Yuk) di YouTube terhadap Perilaku Imitasi", Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3, No. 2 (2020) (Anasthya Liviani, 2020)



sebanyak 60% sedangkan sisanya 40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.¹³

Perbedaannya terletak pada teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teknik *random sampling*.

4. Penelitian yang lain atas nama Rahayu Marini Hakim, Ahmad Fatoni dengan judul **Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Klip Blackpink-Ddu Du Ddu Du)**, Vol 10 No 1 Juli 2020: 15-23. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh media sosial YouTube konten K-POP terhadap perilaku imitasi remaja putri, untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh interaksi sosial terhadap perilaku imitasi remaja putri, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial Youtube konten K-POP dan interaksi sosial terhadap perilaku imitasi remaja putri. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis dari penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antara terpaan media, interaksi sosial terhadap perilaku imitasi pada remaja putri. Diantara pengaruh terpaan media dan interaksi sosial juga dapat disimpulkan bahwa interaksi sosial lebih berdampak pada perilaku imitasi. Adanya hubungan yang erat antara variabel terpaan media dan interaksi sosial berdasarkan nilai R.¹⁴

¹³ Anisa Lestari, "Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger Di Situs YouTube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa", jurnal religion educational Social Laa Roiba Vol 3 No 2 (2021)

¹⁴ Rahayu Marini hakim, Ahmad Fatoni, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Klip Blackpink-Ddu Du Ddu Du)", Jurnal Scriptura, Vol. 10, No. 1 (2020) (Rahayu Marini Hakim, 2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada analisis data digunakan adalah regresi linier berganda sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan regresi linier sederhana.

5. Ada juga penelitian oleh Zahra Safira, Anindita Lintangdesi Afriani dengan judul **Pengaruh tayangan *beauty vlogger* Suhay Salim terhadap siswi SMKN 20 Jakarta**. Vol 3 No 2 Oktober 2021: 1-16. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tayangan *beauty vlogger* dan terpaan media terhadap siswi SMKN 20 Jakarta. Metode yang digunakan adalah observasi dengan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah terpaan media memiliki pengaruh 0,637 terhadap perilaku imitasi, nilai koefisien dari *beauty vlogger* tidak memiliki pengaruh sebesar 0,005 terhadap perilaku imitasi, jadi terpaan media lebih dominan berpengaruh terhadap perilaku imitasi ketimbang dengan *beauty vloggernya* sendiri.¹⁵

Perbedaannya terletak di teknik analisis regresi linear berganda, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teknik regresi linier sederhana.

2.2 Kajian Teori

Teori adalah sebuah sistem konsep yang mengidentifikasi adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena sehingga bisa dikatakan bahwa suatu teori adalah suatu kerangka kerja konseptual untuk mengatur pengetahuan dan menyediakan suatu cetak biru untuk

¹⁵Zahra Safira, Anindita Lintangdesi Afriani, "Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Perilaku Imitasi Siswi Smkn 20 Jakarta", Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan (KOMNASKAM), Vol. 3, No. 2 (2021) (Zahra Safira, 2021)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan beberapa tindakan.¹⁶ Dalam penelitian teori berfungsi untuk menjawab pertanyaan yang berdasarkan pengamatan.

2.2.1 Teori S-O-R

Teori S-O-R awalnya merupakan teori pada ilmu psikologi namun seiring perkembangannya yang ditemukan oleh Hovland et al tahun 1953, teori ini menjadi teori ilmu komunikasi pula karena objek material psikologi dan komunikasi yang sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.¹⁷ Efek yang ditimbulkan S-O-R adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga orang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Prinsip teori ini adalah respon balik dari individu yang menerima stimulasi dari media Teori S-O-R ini merupakan perkembangan dasar dari model stimulus-respons yang mengatakan bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah dan langsung terhadap komunikan.

Teori S-O-R ini meliputi: pesan atau stimulus (S), komunikan atau organisme (O), respons (R) atau efek. Penerapan dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh tayangan beauty vlogger terhadap perilaku imitasi, maka dapat ditentukan sebagai berikut; stimulus: tayangan YouTube beauty vlogger, organisme: mahasiswi ilmu komunikasi UIN Suska Riau angkatan tahun 2018 dan 2019, respons: perilaku imitasi. Untuk stimulus dalam penelitian ini adalah tayangan YouTube beauty vlogger karena memberikan pesan yang dapat mempengaruhi ataupun tidak, organismenya adalah orang yang akan memberikan respon sedangkan responnya adalah perubahan sikap. Asumsi dalam teori ini

¹⁶ Narbuko dkk, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 90.

¹⁷ Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003)



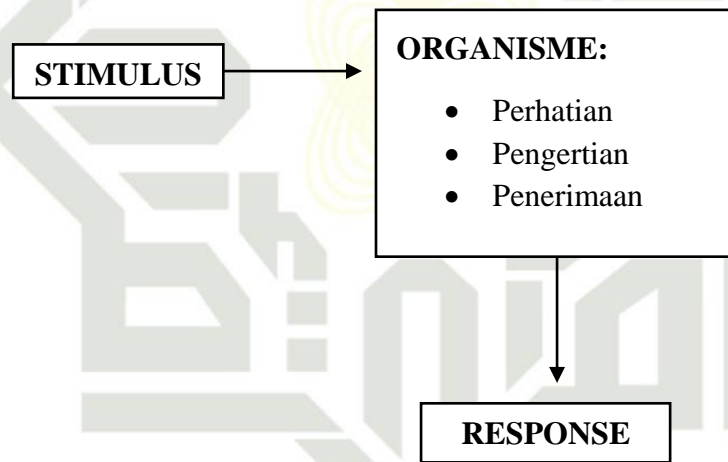
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menerangkan penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung pada kualitas stimulus yang berkomunikasi dengan organisme.

Proses perubahan perilaku terdiri dari stimulus yang dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tidak diterima berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tapi bila stimulus diterima berarti ada perhatian dari individu dan stimulus itu efektif. Teori SOR menjadi teori dasar dalam penelitian ini karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ini meneliti mengenai pengaruh tayangan beauty vlogger di YouTube terhadap perilaku imitasi mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

GAMBAR 2.1
Teori S-O-R



Sumber: Prof Onong uchjana Efendy. Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi, 2003. Hlm 255¹⁸

Dari gambar diatas jelaskan bahwa alur setiap tindakan pasti ada respon dan juga komunikasi, agar terjadinya perubahan sikap dibutuhkan stimulus yang memenuhi 3 faktor yaitu perhatian, pengertian dan

¹⁸ Onong uchjana Efendy. Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi, 2003. Hlm 255



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penerimaan. Maksud dari 3 faktor ini adalah ketika komunikasi memperhatikan stimulus atau pesan yang diterima, berarti proses komunikasi sedang terjadi. Jika komunikator dapat memahami dan menerima pesan berarti mereka bersedia mengubah sikap.

2.2.2 Terpaan Media

Terpaan adalah kegiatan melihat, mendengar, membaca dan mengamati media dengan pengamatan langsung baik dilakukan oleh individu maupun kelompok. Terpaan media adalah suatu kegiatan dimana seseorang atau audiens mendapatkan pesan-pesan yang disebarkan oleh media massa.¹⁹ Menurut Rosengren terpaan dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi program yang dikonsumsi dan hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan.²⁰

Terpaan itu tidak hanya mengenai apakah seseorang cukup dekat dengan kehadiran media massa tapi apakah seseorang dapat menerima pesan-pesan tersebut. Terpaan media berisikan informasi yang diperoleh melalui media yang meliputi frekuensi, atensi, dan durasi penggunaan terhadap setiap jenis media yang digunakan.²¹ Dalam penelitian ini, seseorang yang menonton tayangan beauty vlogger dapat dikatakan terkena terpaan pesan yang disampaikan oleh beauty vlogger adalah jika perempuan ingin terlihat cantik harus memiliki skill untuk merias wajah.

2.2.3 New Media

New media adalah media baru yang saat ini berkembang dan akan terus berkembang mengikuti alur perkembangan zaman baik dalam segi

¹⁹ Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Rosda, 2009),h. 124

²⁰ Kriyanto, Teknik praktis Riset Komunikasi, (Kencana, 2008), h. 207

²¹ Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik, (Remaja Rosdakarya, 2004), h. 66



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teknologi, informasi maupun komunikasi.²² Macam-macam new media saat ini ada handphone/smartphone, komputer, internet, *social network*.

Karakteristik new media yaitu:

1. Digital, desainnya berbentuk digital untuk menyimpan informasi.
2. Interaktif, new media mengharuskan penggunanya untuk terlibat.
3. Hypertekstual, penggunanya memiliki kebebasan dalam memilih informasi.
4. Jaringan global, telah difasilitasi globalisasi budaya, agar bisa berkomunikasi secara luas dan memudahkan untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhan.
5. Virtual, tidak nyata atau tidak terdapat wujud fisiknya.

Pengaruh yang ditimbulkan new media:

1. Pengaruh positif: mudah diakses kapanpun dan dimanapun, memberikan informasi dengan sangat cepat, sangat berguna untuk bisnis, belajar dan lainnya.
2. Pengaruh negatif: banyak munculnya berita hoax dan hate speech, penipuan dunia banyak yang sering terjadi, situs porno yang banyak tersebar.

a. Pengertian YouTube

YouTube adalah situs web yang memerlukan internet yang berisikan berbagai macam video yang dapat di akses oleh siapa saja dimana saja, dan penggunanya bisa menonton, mendownload atau berbagi video kepada siapapun secara gratis. Biasanya video-video di YouTube berisi video klip film, cuplikan tayangan dari televisi, video

²² Ardianto, Elvinaro, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007), h. 26



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

buatan penggunaannya sendiri. YouTube mulai berdiri tahun 2005 oleh 3 mantan pegawai PayPal yaitu Cha Hurley, Steve Chen dan Jawed karim. Video pertama yang diunggah pertama kali ialah Me at the zoo yang berlatar belakang kebun binatang San Diego dengan durasi 19 detik, diunggah pada 23 April tahun 2005 oleh salah satu pendirinya yaitu Jawed Karim dan videonya masih ada sampai saat ini dengan jumlah tayangan mencapai 186 juta kali ditonton.

Kehadiran YouTube membawa pengaruh besar kepada khalayak, khususnya yang memiliki minat dibidang pembuatan video mulai dari film pendek, film dokumenter, video musik, hingga video blog yang tidak memiliki lahan pribadi untuk mempublikasikan karyanya. Dan sangat mudah untuk mengaksesnya melalui gadget, bisa diakses kapanpun dan tidak memerlukan biaya tinggi.²³

Karakteristik YouTube:

1. Tidak ada batas total durasi untuk mengunggah video.
2. Sistem pengamanan yang kuat, membatasi pengamanan dengan tidak mengizinkan video berbau sara, ilegal dan lainnya.
3. Berbayar, YouTube memberikan hadiah bayaran kepada siapa saja yang mendapatkan minimal 1000 *viewers* saat mengunggah video.
4. Sistem offline, jika para penonton ingin menonton ulang tayangannya suatu saat tanpa menggunakan internet harus mendownload terlebih dahulu videonya, tapi tidak semua video dalam YouTube bisa didownload.
5. Editor sederhana, saat mengunggah video pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya dahulu, seperti memotong, memfilter warna, atau menambahkan efek transisi video.

²³ Fribka Ruthellia David Mariam Sondakh Stefi Harilama, "Pengaruh Konten Vlog Dalam YouTube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi". E-Jurnal Acta Diurna, Vol VI, No. 1, 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Vlog

Vlog adalah sebuah blog video berisikan kegiatan sehari-hari yang di unggah di platform video seperti YouTube dan lainnya yang diakses secara online. Vlog tidak bisa disebut sebagai konten yang memberikan pendidikan atau pengetahuan khusus karena isinya lebih kepada memberikan informasi umum seperti tempat menarik, sesuatu yang sedang naik daun, sesuatu yang banyak diminati orang. Vlog banyak diminati karena bersifat pribadi berisikan curahan hati, cerita kehidupan sang vlogger mengenai sesuatu hal yang menarik untuk disampaikan kepada para penonton.

c. *Beauty Vlogger*

Beauty vlogger adalah sebuah sebutan khusus untuk orang-orang yang membuat konten YouTube yang membahas tentang kecantikan. *Beauty vlogger* membuat konten mengenai perawatan wajah sehari-hari, menjelaskan produk-produk yang mereka gunakan, *tips and trick*, *daily make up*, *special make-up* dibuat dalam berbagai bentuk video dipenuhi dengan animasi dan tambahan teks yang diunggah dalam akun YouTube miliknya. Untuk penghasilan para *beauty vlogger* ini juga tidak bisa dibilang kecil jika tayangan video nya mencapai lebih dari 1.000.000 views mereka akan mendapatkan komisi yang besar bahkan ada yang mencapai puluhan juta rupiah belum lagi ditambah penghasilan menjadi model *ambassador* make up ternama.

Indikator tayangan vlog atau konten vlog di youtube dalam penyampaian pesan menurut Rakhmat dalam Ruthellia.²⁴

1. Kredibilitas seorang vlogger

²⁴ Ibid, h. 10



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Kepercayaan yang didapat dari penonton. Kepercayaan memiliki pengertian yakni suatu kemampuan seseorang yang dapat memenuhi syarat.
 - b. Keahlian dalam membuat vlog. adalah suatu ilmu pendidikan yang bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang disyaratkan untuk melaksanakan suatu peran.
2. Daya tarik seorang *vlogger*
 - a. Secara Fisik. Dalam penelitian ini daya tarik secara fisik yang dimaksud adalah penampilan *beauty vlogger* saat tampil di vlog, keramahan dalam bergaul dan berkomunikasi dalam menyampaikan informasi ke masyarakat
 - b. Memiliki kesamaan dengan penonton. Misalnya: umur dan minat. Penelitian ini memperhatikan kesamaan umur dan minat atau keinginan masyarakat atau mahasiswi agar konten vlog tepat sasaran.
 3. Kekuasaan seorang *vlogger*, Menumbuhkan perasaan kagum pada penonton terhadap konten vlog. Dalam penelitian ini seorang *beauty vlogger* berusaha menumbuhkan rasa kagum pada masyarakat terhadap hasil dari isi vlog yang dibuatnya.
 4. Isi vlog menarik perhatian
 - a. Memiliki hal-hal yang baru. Penelitian ini seorang *beauty vlogger* perlu memperhatikan dan mengupdate isi vlog yang lebih fresh dengan isi vlog terbaru.
 - b. Mengandung hal-hal yang berbeda dari jenis video lain. Seorang *beauty vlogger* perlu memperhatikan dan mengupdate isi vlog yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih kreatif agar terdapat perbedaan antara video yang dibuat dengan video orang lain.

5. Isi vlog dapat dimengerti

a. Bersifat dua arah atau penonton juga terlibat dalam pembuatan video. Seorang *beauty vlogger* harus menciptakan komunikasi dua arah dengan membuat isi vlog mengenai *question and answer* tentang make up dan menyediakan kolom komentar agar masyarakat juga terlibat dalam tayangan vlog tersebut.

b. Bahasa yang digunakan mudah dipahami

Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan yang mudah dipahami agar masyarakat memahami maksud dan tujuan dari tayangan vlog tersebut.

6. Isi vlog dapat diterima

a. Memberi informasi. Pembuatan vlog harus memberikan informasi mengenai tren fashion maupun tentang produk make up sesuai kebutuhan masyarakat.

b. Bersifat menghibur. Bukan hanya menampilkan tayangan vlog yang memberikan informasi, namun harus tetap menampilkan unsur hiburan agar masyarakat bisa mengerti maksud dan tujuan dari tayangan *beauty vlogger* tersebut.

2.2.4 Perilaku Imitasi

Imitasi adalah kegiatan meniru yang dilakukan seseorang atau model baik secara langsung ataupun tidak. Pengertian lain imitasi adalah proses kognisi untuk melakukan hal serupa yang dilakukan oleh model dengan menggunakan indera sebagai penerima rangsangan dan kemampuan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

persepsi mengolah informasi dari rangsangan dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.²⁵

Imitasi adalah keinginan untuk meniru orang lain. Imitasi ini dipengaruhi oleh sikap mengagumi terhadap apa yang mau ditiru. Untuk melakukan imitasi diperlukan faktor psikologis karena imitasi tidak terjadi secara otomatis. Bagaimana bisa orang bisa melakukan imitasi jika orang yang bersangkutan tidak mempunyai sikap menerima apa yang diimitasi.²⁶

Sebelum melakukan imitasi ada hal yang perlu diperhatikan terlebih dahulu yaitu:²⁷

1. Perhatian yang besar terhadap hal yang akan diimitasi.
2. Mengagumi hal-hal imitasi,
3. Bahwa orang-orang bisa melakukan imitasi agar mendapatkan penghargaan sosial dilingkungannya.

Faktor yang membuat seseorang melakukan imitasi:

1. Fakta psikologis, bagaimana manusia memikirkan sesuatu dan melakukan interpretasi terhadap pengalaman yang diperoleh.
2. Lingkungan keluarga, imitasi berlangsung sejak masih kecil dan itu dimulai dari lingkungan keluarga, dimana keluarga berpengaruh terhadap pembentukan sifat atau karakter anak.
3. Media massa, imitasi berkembang melalui media massa seperti melalui tayangan televisi, tayangan YouTube dan lainnya. Alasannya karena dilihat secara terus-terusan dan berulang.

²⁵ Nina W. Syam, Psikologi Sosial Sebagai Akar Ilmu komunikasi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), h. 13

²⁶ Olivia M. Kaparang, "Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi", Jurnal Acta Diurna, Vol. II, No.2, 2013

²⁷ Perungan W. A, Psikologi Sosial, (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), h. 64



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sosial dengan teman sebaya, melalui teman sebaya akan memotivasi anak hanya akan berperilaku sesuai dengan apa yang akan diterima lingkungannya.

Aspek yang mempengaruhi perilaku imitasi.²⁸

1. Atensi, memperhatikan objek terlebih dahulu. Dari perhatian tersebut subjek dapat melakukan perilaku yang sama dengan objek.
2. Retensi, menyimpan informasi berdasarkan pengamatan.
3. Pembentukan perilaku, subjek menentukan sejauh mana akan melakukan perilaku tersebut.
4. Motivasi, mendapatkan dukungan ketika melakukan imitasi.

2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional yaitu menggambarkan fenomena yang hendak diteliti dengan istilah dan definisi untuk menggambarkan secara abstrak mengenai kejadian, keadaan individu maupun kelompok yang menjadi pusat perhatian dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki ciri-ciri yang tepat dalam menjelaskan variabelnya.²⁹

1. Tayangan beauty vlog (Variabel X)
 - a. Kerdibilitas : mendapat kepercayaan dari penonton
 - b. Daya Tarik : penampilan beauty vlogger menarik perhatian
 - c. Kekuasaan seorang vlogger : menimbulkan rasa kagum terhadap *beauty vlogger*
 - d. Isi vlog menarik perhatian : vlog berbeda dengan vlog lainnya

²⁸ B. R Hergenbahn Matthew, (Jakarta: Prenadamedia, 2009)

²⁹ Riyanto, Manajemen Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prada Group, 2000), h . 58



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Isi vlog dapat dimengerti : dapat dimengerti baik dari segi bahasa maupun hal yang berkaitan dengan *beauty vlog*
 - f. Isi vlog dapat diterima : berisi informasi-informasi yang diperlukan mengenai *beauty vlog*
2. Perilaku Imitasi (Variabel Y)
 - a. Atensi : memperhatikan para *beauty vlogger*
 - b. Retensi : menyimpan informasi dari pengamatan
 - c. Pembentukan perilaku : membentuk perilaku sesuai dengan keadaan
 - d. Motivasi : mendapatkan dorongan

2.4 Kerangka Fikiran

Tabel 2.1
Kerangka Fikiran

No	Variabel	Indikator	Instrument	Skala
1.	Pengaruh Tayangan <i>Beauty Vlog</i>	Kredibilitas	Menciptakan kepercayaan penonton agar mengikuti setiap konten yang dibuat <i>beauty vlogger</i>	Likert
			Menciptakan isi vlog yang menarik perhatian	Likert
		Daya tarik	Penampilan <i>beauty vlogger</i> saat membuat vlog	Likert
			Berkomunikasi dengan penonton	Likert
			Memperhatikan kesamaan dengan para <i>beauty vlogger</i>	Likert
		Kekuasaan seorang <i>vlogger</i>	Menumbuhkan rasa kagum kepada <i>beauty</i>	Likert



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.	Perilaku imitasi	Isi vlog menarik perhatian	vlogger		
			Mengupdate isi vlog yang lebih seru	Likert	
			Mengupdate isi vlog yang berbeda dengan vlog lainnya	Likert	
			Membuat pertanyaan seputar make-up dan lainnya	Likert	
			Menggunakan bahasa yang mudah dipahami	Likert	
			Memberikan informasi mengenai tren fashion, produk make-up dan lain-lain	Likert	
		Isi vlog dapat dimengerti	Bersifat menghibur	Likert	
			Atensi	Memperhatikan para beauty vlogger	Likert
				Meniru hal yang dilakukan beauty vlogger dalam tayangan	Likert
		Retensi	Menyimpan informasi yang diperoleh	Likert	
			Gambaran tentang tayangan dalam beauty vlog	Likert	
		Pembentukan perilaku	Membentuk perilaku sesuai dengan apa yang dilihat	Likert	
Meniru perilaku beauty vlogger	Likert				
Multivational	Mendapatkan dukungan	Likert			
	Mengubah tingkah laku dengan dorongan yang diberikan	Likert			
	Rasa puas diri	Likert			



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5 Hipotesis

Hipotesis secara etimologi berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* berarti pendapat. Artinya hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji terlebih dahulu dan kebenarannya bersifat sementara ataupun dugaan awal.³⁰

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Hipotesis kerja (H_a) mengatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y.
- b. Sedangkan hipotesis nol (H_0) mengatakan tidak adanya hubungan antara variabel X dan Y.

³⁰ Rachmat kriyanto, Teknik Praktis Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 28

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Tujuannya adalah untuk mencari ada atau tidaknya pengaruh yang timbul akibat tayangan *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dimana menggunakan kuisisioner untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang diajukan mengenai penelitian yang dilakukan responden akan diminta menjawab pertanyaan yang ada di kuisisioner tersebut. Tujuannya melakukan survey adalah untuk memperoleh informasi yang dianggap mewakili populasi tersebut. Alasan menggunakan metode survey agar mempermudah peneliti karena peneliti harus mendata satu persatu populasi yang ingin diteliti dimana peneliti memerlukan data statistik.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jalan H.R Soebrantas No. 155, KM 18 Simpang Baru Panam, Pekanbaru 28293, Telp (0761) 562223 POBOX 1004. Website: <http://uin-suska.ac.id.com>

Untuk waktu penelitian ini dimulai dari bulan November 2021 sampai Juni 2022. Alasan mengambil lokasi penelitian ini adalah karena peneliti berada dalam lingkungan ini sehingga dapat memperhatikan secara langsung sampel yang ingin diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³¹ Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswi jurusan ilmu komunikasi untuk konsentrasi *broadcasting*, jurnalistik dan *public relation* angkatan tahun 2018 dan 2019. Jumlah mahasiswi angkatan 2018 adalah 980 dan jumlah mahasiswi angkatan 2019 adalah 861, jadi total populasinya adalah 1.841 mahasiswi.³²

Alasan mengambil populasi angkatan 2018 dan 2019 karena rata-rata mahasiswa angkatan 2018 dan 2019 berusia 18 tahun keatas, masa ini disebut sebagai masa dewasa awal masa transisi dari remaja akhir menuju dewasa awal yang dimulai pada usia 18 tahun sampai dengan 40 tahun.

Tabel 3.1
Populasi

No	Tahun angkatan	Jumlah mahasiswi
1.	2018	980
2.	2019	861
Total		1.841

Sumber: Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan menjadi sumber data. Keseluruhan populasi tidak mungkin dapat observasi karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Oleh karena itu pengambilan sampel dapat mewakili sebuah populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sample random sampling*. Teknik *sample random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi

³¹ Ibid, h. 153

³² Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.³³

Untuk memperoleh sampel yang dimaksud maka peneliti menggunakan rumus Slovin³⁴ dengan taraf kepercayaan sampel terhadap populasi sebanyak 95% dan taraf kesalahan 5%.

Rumus perhitungan besaran sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

ket:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e= 0

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e= 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e= 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah anatar 10-20% dari populasi penelitian. Alasan menggunakan rumus slovin adalah dikarenakan mengitung jumlah sampel dari populasi tidak diketahui secara pasti.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.841 mahasiswi, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungannya adalah

³³ Sugiono, metode penelitian, (Bandung: CV. Alfabeta, 2001), h. 57

³⁴ Sugiono, metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 87



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{1.841}{1 + 1.841(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.841}{1 + 18,41}$$

$$n = \frac{1.841}{19,41}$$

$n = 94,8$; disesuaikan oleh peneliti menjadi 95 responden

Jadi jumlah sampel yang akan digunakan adalah 95 respon dari 1.841 total keseluruhan mahasiswi ilmu komunikasi angkatan tahun 2018 dan 2019 UIN Suska Riau.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Kuisisioner atau yang sering disebut angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. kuisisioner ini bisa dikirim melalui pos atau periset mendatangi secara langsung para responden. Pengertian kuisisioner sendiri yang tercantum dalam buku metode penelitian kombinasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.³⁵ Tujuannya untuk mendapatkan informasi dari beberapa responden yang mewakili populasi dari penelitian.

Dalam hal ini yang diukur melalui skala Likert.³⁶ Dengan poin:

1. Sangat setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Netral diberi skor 3
4. Tidak setuju diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi skor 1

³⁵ Sugiono, Metode Penelitian Kombinasi, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 192

³⁶ Ibid, h.136



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alasan menggunakan skala likert adalah untuk memudahkan responden menjawab kuisioner yang diberikan, agar mudah dipahami oleh responden dan juga menggunakan skala likert lebih mudah diisi dan lebih menarik. Untuk penyebaran angket dilakukan sesuai kondisi, jika masih dalam kondisi yang tidak memungkinkan untuk bertatap muka atau pembelajaran masih melalui daring angket akan dibuat dalam bentuk google form dan akan disebar melalui media social seperti whatsapp, telegram dan lainnya. Sementara jika pembelajaran telah melakukan tatap muka maka pembagian angket dilakukan secara langsung dengan membagikan angket secara langsung kepada responden.

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data diaman peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen peraturan, dan sebagainya.³⁷ Dalam penelitian ini bentuk dokumentasi yang akan digunakan berupa hasil-hasil kuisioner ataupun foto-foto yang berkaitan dengan beauty vlog untuk memperkuat hasil dari penelitian.

3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Dalam penelitian kuantitatif, validitas merupakan ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilporakan peneliti.³⁸ Uji validitas didapatkan dengan cara menyesuaikan setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasilnya dibandingkan dengan sampling error pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran ini dapat dikatakan valid jika pengukurannya nyata dan benar.

³⁷ Ibid, h. 166

³⁸ Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 199



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut adalah kriteria pengujian validitas:

- c. Jika r hitung $>$ r tabel (uji sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan atau sesuai terhadap skor total (dinyatakan valid).
- d. Jika r hitung $<$ r tabel (uji sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).³⁹

Uji validitas dapat dicari menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Ket:

- r = koefisien korelasi
- xy = hasil perkalian variabel x dan y
- n = banyaknya sampel
- x = hasil skor kuisioner variabel x
- y = hasil skor kuisioner variabel y
- x^2 = hasil perkalian kuadrat dari hasil angket x
- y^2 = hasil perkalian kuadrat dari hasil angket y

Pada penelitian ini, menggunakan SPSS 26.0, tujuan uji validitas ini sebetulnya untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid.

³⁹ Duwi Priyanto, Mandiri SPSS, (Yogyakarta: Media Kom), h. 6



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁴⁰ Suatu variabel dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu nilai dari pembahasan yang dapat dinyatakan dengan angka. Analisis ini dilakukan untuk data yang pengumpulannya dilakukan dengan menggunakan kuisisioner untuk mengetahui tanggapan responden atas kuisisioner yang telah diberikan dan dianalisis dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.⁴¹

Persamaan regresi untuk regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

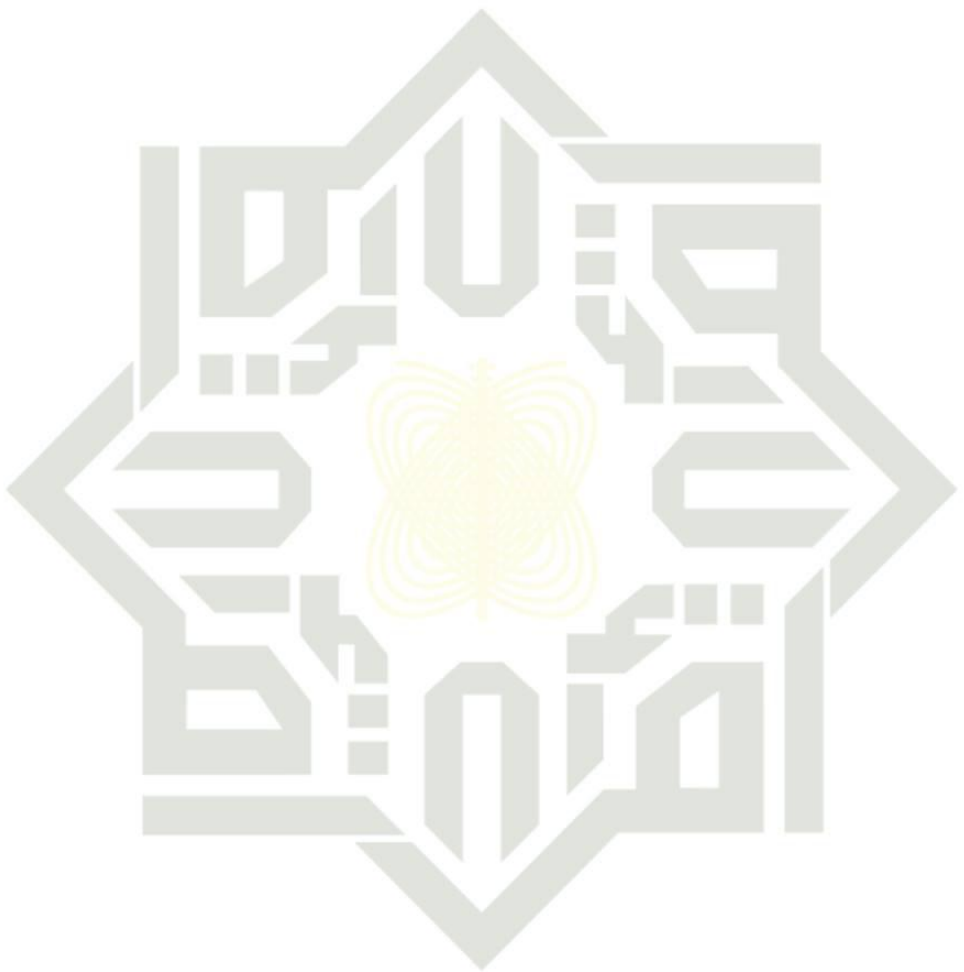
Ket:

- Y' = Nilai prediksi varabel dependen
- a = Konstanta, yaitu nilai Y' jika X=0

⁴⁰ Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 81), (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), h. 47

⁴¹ Puwi Priyanto, SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), h. 194

- b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y' yang didasarkan variabel X
- X = Variabel independen



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau dalam bahasa Inggris adalah *State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau* merupakan hasil pengembangan/ peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang Perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata kerja UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005.

Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 19 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali.

IAIN Susqa ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Mesjid Agung An-Nur Pekanbaru. IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m² yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973.

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Pebruari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pascasarjana/PPs IAIN SUSQA Pekanbaru.

Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendekiawan Muslim (1985), Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam (1987), dan dialog ulama serta cendekiawan se-Propinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut (1996, 1997, 1998) melahirkan rekomendasi: Agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi baru (umum). Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 September 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau.

Maka dilakukan persiapan secara bertahap. Mulai pada tahun akademik 1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas, seperti program studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah, program studi Manajemen dan Manajemen Perusahaan pada Fakultas Syari'ah, dan program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah. Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN Suska telah pula membuka Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001, dibuka pula Program Studi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan di bawah administrasi Fakultas Dakwah.

Pada tahun akademik 2002/2003 program studi umum yang ada pada fakultas diatas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Sains dan Teknologi dengan Jurusan/Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Program Studi Manajemen, Akuntansi dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak dengan konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak dan Teknologi Pakan dan Nutrisi.

Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Peternakan. Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara intergral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum.

Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan program-program studi baru, tapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana, dan prasarana. Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru.

Lahan kampus di Km 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik di lahan ini telah

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m² untuk 70 lokal ruang kuliah.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.

4.2 Visi, Misi dan Tujuan Jurusan Ilmu Komunikasi

1. Visi

Terwujudnya Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai pusat pengembangan keilmuan dan keterampilan yang profesionalisme dalam rumpun Ilmu Komunikasi yang Islami di dunia tahun 2023.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pengajaran pada bidang Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting.
- b. Mengadakan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat pada bidang Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting.
- c. Menyelenggarakan kegiatan pengembangan keilmuan dan keterampilan yang profesional dalam bidang Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting berlandaskan Akhlak al-Karimah.

3. Tujuan



- a. Menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan Akademik dan praktis yang profesional dalam bidang Jurnalistik, Public Relations, dan
- b. Menghasilkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang mensejahterakan dan berkeadilan.

4.3 Gambaran Umum tentang Beauty Vlogger

Bagi sebagian perempuan tentu tidak asing lagi dengan kata beauty vlogger, beauty vlogger adalah sebutan bagi seseorang yang membuat beauty vlog atau video bertemakan kecantikan, baik itu perawatan sehari-hari, tips dan trick bermakeup, me-review produk kecantikan, berbagi pengalaman yang dirasakan saat menggunakan produk makeup, bagaimana menggunakan produk secara maksimal, apa-apa saja yang menjadi kelebihan dan kekurangan suatu produk. Bahkan tak jarang mereka juga membuat video keluar dari tema kecantikan, mereka tetap beramakeup sehingga di deskripsi tayangan Youtube mereka mencantumkan produk yang mereka gunakan dalam tayangan video atau menjelaskan sedikit produk yang mereka gunakan saat membuat konten dan ditayangkan disela-sela video tayangan tersebut

Gambar 4.1

Channel YoTube beauty vlogger Suhay Salim

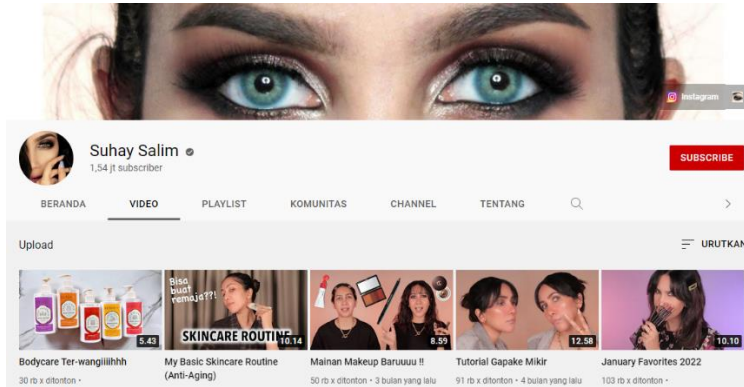
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



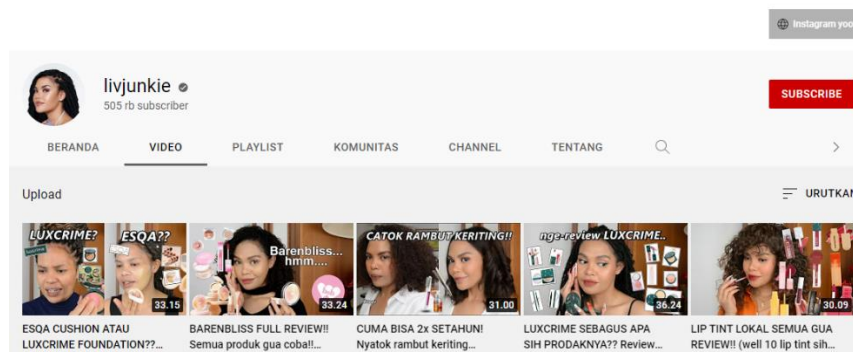
Sumber: YouTube Suhay Salim

Suhay Salim adalah salah satu beauty vlogger dengan kulit sawo matang sehingga cocok diikuti mayoritas perempuan Indonesia, Suhay Sali memiliki gaya make up yang cukup berani dan unik, dengan polesan make up bold dengan warna-warna yang kontras sehingga bmembuatnya berbeda dengan beauty vlogger lainnya. Dan beberapa kali menampilkan make up natural dengan riasan mata yang tetap tajam atau *smokey eye*.

Gambar 4.2

Channel YoTube beauty vlogger lifni

welcome, my name is lifni sanders



Sumber: YouTube Livjunkie

Lifni Sandres adalah beauty vlogger yang selalu meriview dengan jujur produk make up maupun skincare yang dicobanya. Ia memfokuskan akunnnya untuk



mereview make up. Karena memiliki kulit sawo matang membuatnya menjadi panutan dalam ber-make up. Karakter blak-blakan dan jujurnya itu membuatnya menjadi beauty vlogger yang kredibel dalam memberikan ulasan mengenai produk.

Fenomena kemunculan beauty vlogger menjadi perbincangan hangat dikalangan dunia kosmetik dan kecantikan, yaitu dengan memberikan informasi yang berkaitan dengan produk atau merek yang mereka gunakan sebelumnya. Sehingga memudahkan konsumen untuk memberikan nilai produk yang akan digunakan dengan beauty vlogger. Sekarang banyak beauty vlogger yang bermunculan dengan ciri khasnya masing-masing untuk menarik perhatian para konsumen produk kecantikan. Kehadiran beauty vlogger mampu menginspirasi perempuan untuk semakin mempercantik diri. Para beauty vlogger selalu mampu untuk menampilkan riasan wajah yang mendekati sempurna, mampu menyamarkan hingga menutupi kekurangan yang ada pada wajah.

Hal inilah yang membuat para wanita tertarik untuk selalu menonton tayangan beauty vlog dan banyak permintaan kepada beauty vlogger untuk menampilkan video kecantikan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Jumlah penonton dan subscribe yang mencapai ratusan ribu bahkan jutaan pengguna platform Youtube menyebabkan beauty vlogger menjadi populer, sehingga beauty vlogger dianggap sebagai pekerjaan yang menyenangkan dan cukup menjanjikan. Di mulai dari mendapatkan kiriman produk kecantikan yang harganya bisa mencapai jutaan rupiah, mendapat tawaran sebagai makeup artist, menjadi terkenal hingga dikirim ke luar negeri sebagai seorang duta/perwakilan.

Perusahaan-perusahaan yang menjadikan *beauty vlogger* sebagai selebriti pendukung (*celebrity endoser*) untuk mempromosikan produknya melalui beauty vlog karena beragam pertimbangan, misalnya dilihat dari *page view* dan *follower/subscribers beauty vlogger* yang memadai. Artinya berdasarkan penilaian, mereka dapat memberikan pengaruh terhadap followers-nya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi, *beauty vlogger* harus memiliki gaya komunikatif yang cocok dengan papasar sasaran.⁴²

Berikut beberapa cuplikan gambar tayangan beauty vlog

Gambar 4.3
Tutorial make up



#BTS #BTSCHALLENGE
TUTORIAL MAKEUP SIMPLE PEMULA ! skalian colorfit series review

Sumber: YouTube Tasya Farasya

Tasya Farasya sering membahas review makeup, tips and trick, dan tutorial make up maupun skincare yang digunaknnya. Tasya juga sering membuat tutorial

⁴²<https://123dok.com/article/gambaran-pengaruh-beauty-vlogger-sebagai-celebrity-endorser-terhadap.y96980ry>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

make up natural untuk remaja atau anak sekolah. Ia selalu mengingatkan subscribarnya untuk berhati-hati dalam memilih produk make up maupun skincare agar tidak memilih produk abal-abal

Gambar 4.4
Review produk make up



REVIEW PINK FLASH MAKE UP - MURAH DAN LENGKAP BANGET!!

Sumber: YouTube Indira Kalista

Indira kalista disebut sebagai *queen of makeup challenge* karena sering melakukan make up *challenge*, *challenge* yang biasa dilakukan indira seperti *challenge* merias wajah dengan budget murah, make up dengan bahan-bahak tak biasa, hingga berdandan di toko kosmetik. Indira juga sering memberikan informasi seputar skincare atau make up, tentang produk kecantikan.

Gambar 4.5
Battle produk make up

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: YouTube Rachel Goddard

Rachel sering mencoba berbagai macam produk skincare local dan juga battle produk. Tak hanya membahas mengenai kecantikan konten Rachel juga berisi konten lain seperti #COBAINSEMUA mencoba berbagai hal baik makanan atau produk-produk barang, ada juga #CUTIME yang isinya curhat-curhatan warganet.

Gambar 4.6

Pertanyaan seputar make up

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: YouTube Tasya farasya

Selain membahas mengenai berbagai macam produk-produk make up, tutorial make up. Tayangan beauty vlogger juga membahas mengenai keluhan kesah masyarakat mengenai make up ataupun pertanyaan-pertanyaan mengenai kecantikan.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “Pengaruh Tayangan Beauty Vlogger Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau”. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Semakin seringnya menonton tayangan beauty vlogger maka semakin tinggi perilaku imitasi ataupun sebaliknya.
2. Tayangan beauty vlogger memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku imitasi dengan nilai F hitung = 417.986 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Dengan sendirinya hipotesis nol yang berbunyi tidak ada pengaruh antara tayangan beauty vlogger terhadap perilaku imitasi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau ditolak. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari nilai *adjust R Square* sebesar 0,808 atau sebesar 81,8%. Maka tayangan beauty vlogger berpengaruh terhadap perilaku imitasi sebesar 81,8% sedangkan sisanya 18,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Perilaku imitasi yang tampak dari penelitian ini berupa meniru gaya bermake up beauty vlogger, meniru produk-produk make up yang digunakan oleh beauty vlogger, meniru beauty vlogger dalam hal merawat wajah.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat dari penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan mahasiswa pada umumnya dapat menjadikan tayangan beauty vlogger untuk meningkatkan keterampilan dalam bermake up, sehingga keterampilannya bisa digunakan sebagai profesi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Mahasiwi ilmu komunikasi atau mahasiswi lainnya diharapkan memilih konten bermanfaat untuk pribadi dan orang-orang sekitar.
3. Kepada beauty vlogger dapat memfokuskan tayangannya khusus untuk kecantikan saja, untuk konten selain kecantikan bisa dibuatkan channel lain.
4. Penelitian ini dapat dilanjutkan tidak hanya dikalangan mahasiswi Ilmu Komunkasi UIN Suska Riau melainkan juga dikalangan yang berbeda sehingga dapat terus memperkaya pengetahuan dibidang ilmu komunikasi khususnya YouTube yang termasuk platform media baru.
5. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan dijadikan masukan bagi pihak yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan judul penelitian ini.



UIN SUSKA RIAU


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A. G. W. (2010). *Pengantar sosial*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Ardiyanto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa rekatama Media.
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra.
- . (2009). *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Rosda.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 81)*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Gottschalk, L. (2000). *Mengerti Sejarah*. Depok: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia.
- Kriyanto. (2000) *Manajemen Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prada Group.
- . (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- . (2006). *Teknik Praktis Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Matthew B.R. H. (2009). Jakarta: Prenadamedia.
- Narbuko dkk. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyanto, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- .(2014.). *Mandiri SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
- Rakhmat. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Remaja Rosdakarya.
- Silhart, L. (1996). *Internet: Informasi Bebas Hambatan 2*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sirky, C. (1995). *Internet Lewat E-Mail*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiono. (2001). *Metode penelitian* . Bandung: CV. Alfabeta.
- . (2010). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . (2011). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . (2012). *Metode Penelitian Kombinasi* . Bandung: Alfabeta.
- Syam, N. W. (2013). *Psikologi Sosial Sebagai Akar Ilmu Komunikasi* . Bandung: Simbiosa Rekatama Media.


Hak Cipta Diinidungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wardiah. (2016). *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.

JURNAL

Anasthya Luviani, S. D. (2020). Pengaruh Terpaan tayangan Animasi Nussa Official (Cuci Tayang Yuk) di YouTube terhadap Perilaku Imitasi. *ilmu komunikasi*.

Harilama, E. R. (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam YouTube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *e-jurnal Acta Diurna*.

Kaparang, O. M. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Jurnal Acta Diurna*.

Lestari, A. (2021). Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger Di Situs YouTube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa . *jurnal religion educational Social Laa Roiba*.

Rahayu Marini Hakim, A. f. (2020). Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Klip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). *jurnal scriptura*.

Sella, Y. P. (2013). Analisa Perilaku Imitasi dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan dalam Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda). *Ilmu Komunikasi*.

Wulan Deasy Puspitasari widodo, M. k. (2017). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristic serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention . *Jurnal Administrasi Publik*.

Zahra Safira, A. L. (2021). Pengaruh youtube Suhay Salim terhadap perilaku imitasi siswi SMKN 20 Jakarta. *KOMNASKAM*.

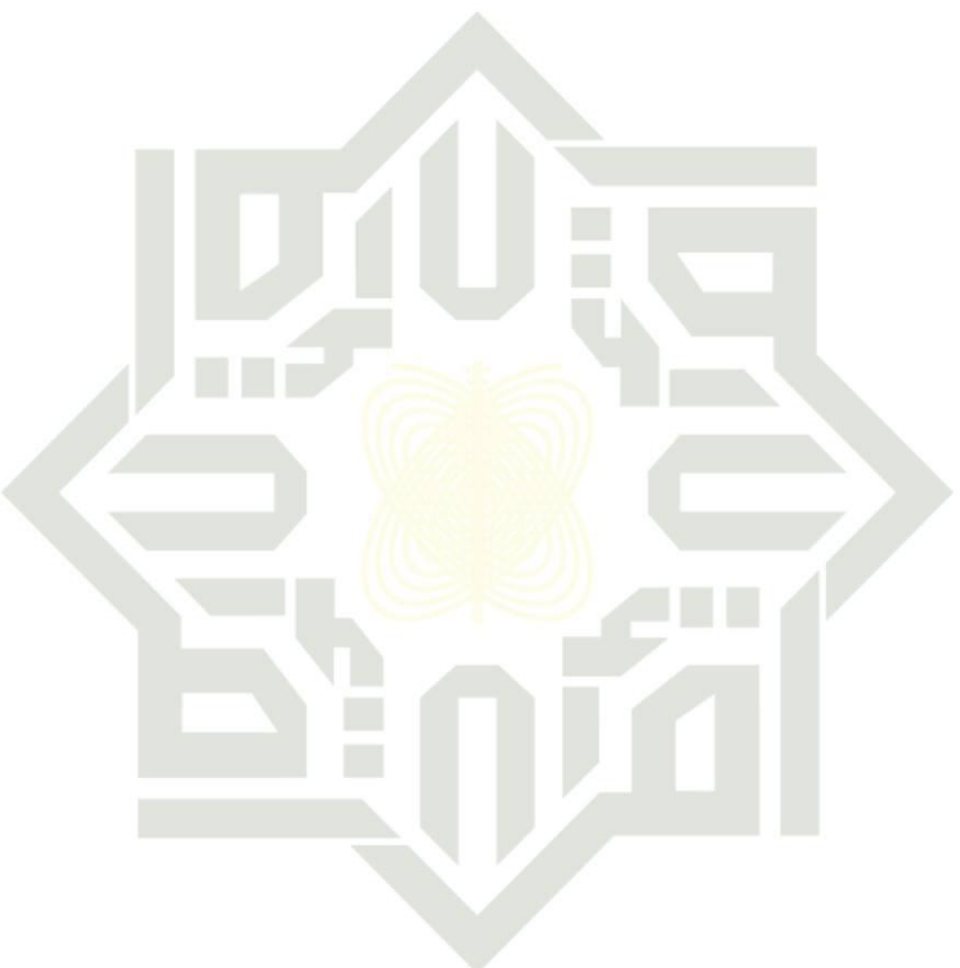
SKRIPSI

Ssmita Ratih Dwi. (2011) Korelasi Intensitas Menonton Sinetron Remaja “Cookies” Dan Intensitas Berkomunikasi Dengan Orang Tua Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Korelasi Antara Intensitas Menonton Tayangan Sinetron “COOKIES” Di SCTV Terhadap Perilaku Imitasi Siswi Di SMA BOPKRI 1 Yogyakarta). Skripsi.

INTERNET

<https://statista.com>

<https://tirto.id/saling-menguntungkan-antara-beauty-vlogger-dan-industri-kecantikan-c2aa>



UIN SUSKA RIAU

<https://www.bbc.com/news/business-43966384>

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU