

ABSTRAK

Satrina Titania Siahaan. Nim 3163122029. Tahun 2020. Judul Skripsi: Reaksi Perempuan dalam Menonton Konten *Beauty vlogger* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan). Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan berbagai reaksi mahasiswa dalam menonton konten *beauty vlogger* dan menganalisa perubahan perilaku mahasiswa setelah menonton konten *beauty vlogger* bagi mahasiswa Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi stambuk 2016 yang dikategorikan sebagai pengikut konten *beauty vlogger*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi mengenai reaksi mahasiswa dalam menonton konten *beauty vlogger* dan perubahan perilaku mahasiswa setelah menonton konten *beauty vlogger*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan konten *beauty vlogger* merupakan konten mengenai kecantikan yang terdapat di sosial media *youtube*. Melalui konten *beauty vlogger* mahasiswa mendapatkan pengetahuan baru mengenai berbagai tutorial kecantikan dan mengekspresikan terhadap diri sendiri. Mahasiswa memiliki berbagai reaksi dalam menonton konten *beauty vlogger* antara lain menganggap konten *beauty vlogger* merupakan konten yang menghibur, melakukan peniruan terhadap tutorial kecantikan dan sampai kepada membeli produk kecantikan yang disarankan oleh *beauty vlogger*. Hal tersebut tentu mengakibatkan terjadinya perubahan perilaku terhadap mahasiswa yang menjadi lebih konsumtif sesudah mengikuti konten *beauty vlogger*. Mahasiswa menonton konten *beauty vlogger* untuk melihat *trend* dan *mode* kecantikan. Mahasiswa cenderung melakukan peniruan dengan membeli beragam produk kecantikan yang disarankan oleh *beauty vlogger* agar terlihat cantik sesuai dengan arahan *beauty vlogger*. berdasarkan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konten *beauty vlogger* mempengaruhi mahasiswa dalam membeli produk kecantikan secara berlebihan yang mendorong mahasiswa menjadi konsumtif.

Kata kunci : *beauty vlogger, kecantikan, reaksi, perilaku konsumtif*