

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Berbicara mengenai perempuan tentu tidak terlepas dari persoalan fisik yang membedakan perempuan dan laki-laki secara signifikan. Perempuan identik dengan kecantikan karena perempuan dan kecantikan merupakan dua hal yang tidak dapat di pisahkan. Penampilan yang cantik akan menjadi fokus utama perempuan. Perempuan dari berbagai kelompok sosial masyarakat menjadikan penampilan yang cantik dan menarik sebagai bagian penting dalam meningkatkan kepercayaan diri dan dapat diterima dalam kehidupan bermasyarakat. Secara tidak sadar kecantikan merupakan bagian dari konstruksi sosial masyarakat dan budaya karakteristik dari masyarakat. Relatif banyak perempuan yang dengan sengaja mengikuti *trend* dan *mode* tentang kecantikan dengan membeli produk kecantikan yang diiklankan di televisi maupun media sosial agar dapat dikategorikan sebagai perempuan cantik.

Media sosial memiliki peranan penting dalam dunia kecantikan dikarenakan media sosial merupakan wadah yang dijadikan sebagai tempat pemasaran berbagai produk kecantikan yang dapat mengonstruksi perempuan untuk membeli produk tertentu agar terlihat cantik. Menurut (Nasrullah, 2016) media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan salah satu bentuk nyata kecanggihan internet

yang mampu memberikan informasi mengenai apapun, dimanapun dan kapanpun. Media sosial menyediakan fitur-fitur untuk membagikan hasil pemikiran, kegiatan sehari-hari atau bahkan membagikan gambar dengan teman pengguna lain dalam lingkaran pertemanan di media sosial. Salah satu media sosial yang dijadikan sebagai wadah untuk memasarkan produk kecantikan yaitu *youtube*.

*Youtube* merupakan media sosial yang digunakan sebagai sarana membagikan video kepada masyarakat melalui jaringan. Video yang di masukkan ke dalam jaringan disebut dengan konten sedangkan pemilik akun *youtube* disebut sebagai *youtuber*. Konten di *youtube* memiliki beberapa jenis diantaranya yaitu konten yang berisikan tentang aktivitas sehari-hari dari pemilik akun *youtube*, konten yang berisikan tentang makanan, konten yang berisikan tentang perjalanan serta konten yang berisi tentang kecantikan (*beauty vlog*). *Beauty vlogger* adalah seseorang yang membuat serta mengunggah video tentang kecantikan di *youtube* (mawardi, 2017).

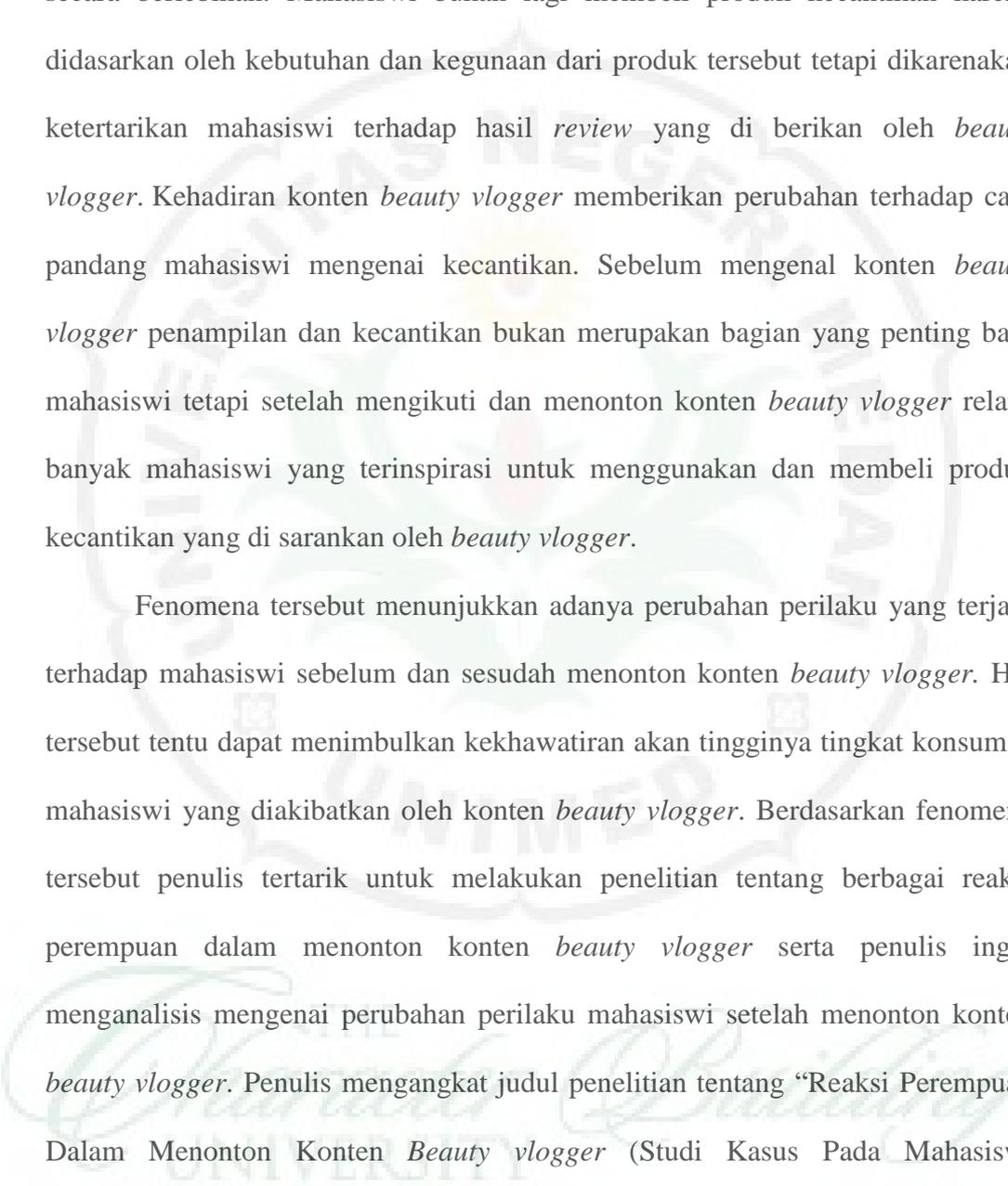
Umumnya konten yang dimuat oleh *beauty vlogger* tentang kecantikan yaitu tutorial penggunaan *make up* yang benar, perawatan tubuh, tutorial dalam berpenampilan serta hasil *review* dari suatu produk kecantikan. Banyaknya *beauty vlogger* tentu dikarenakan hal-hal yang berhubungan dengan kecantikan dan penampilan masih menjadi pusat perhatian oleh masyarakat di Indonesia khususnya bagi kaum perempuan sebagai objek utama. Berbicara mengenai kecantikan merupakan konstruksi realitas sosial yang di bentuk oleh individu dan masyarakat sehingga relatif banyak perempuan yang menonton dan meniru konten kecantikan *beauty vlogger*. Konten *beauty vlogger* mengakibatkan perempuan

mengekspresikan dirinya sesuai dengan *trend* dan *mode* kecantikan yang dimuat oleh *beauty vlogger* dalam konten *youtube* khususnya pada mahasiswi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

Berdasarkan penelitian dari (Chaniago, 2019) bahwa konten *beauty vlogger* memiliki daya tarik serta pengaruh yang sangat besar terhadap minat beli mahasiswi dalam proses pembelian produk kecantikan dikarenakan konten *beauty vlogger* mampu memenuhi kepuasan mengenai kecantikan pada mahasiswi setelah menonton konten. Hal tersebut tentunya menjelaskan bahwa ada reaksi yang di timbulkan oleh mahasiswi setelah menonton konten *beauty vlogger* yang salah satunya yaitu adanya minat beli mahasiswi yang dipengaruhi oleh tontonan konten *beauty vlogger*. Selain itu tentu masih ada berbagai reaksi lain yang ditimbulkan oleh mahasiswi setelah menonton konten *beauty vlogger*.

Reaksi yang dimaksud adalah bagaimana tanggapan, respon dan tindakan dari mahasiswi setelah menonton konten *beauty vlogger*. Konten *beauty vlogger* mempengaruhi persepsi perempuan mengenai kecantikan sehubungan dengan relatif banyak mahasiswi yang mengikuti dan menonton konten kecantikan yang dimuat oleh *beauty vlogger* khususnya pada mahasiswi di Prodi Pendidikan Antropologi. Menonton konten *beauty vlogger* mengakibatkan adanya berbagai reaksi mahasiswi baik terhadap pembelian produk kecantikan, peniruan terhadap gaya atau citra yang di bentuk oleh *beauty vlogger* dan lain sebagainya. Reaksi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* mengakibatkan terjadinya perubahan perilaku mahasiswi menjadi konsumtif terhadap penggunaan produk kecantikan. Hal tersebut terjadi dikarenakan konten *beauty vlogger* mampu

menarik minat mahasiswi untuk menggunakan dan membeli produk kecantikan secara berlebihan. Mahasiswi bukan lagi membeli produk kecantikan karena didasarkan oleh kebutuhan dan kegunaan dari produk tersebut tetapi dikarenakan ketertarikan mahasiswi terhadap hasil *review* yang di berikan oleh *beauty vlogger*. Kehadiran konten *beauty vlogger* memberikan perubahan terhadap cara pandang mahasiswi mengenai kecantikan. Sebelum mengenal konten *beauty vlogger* penampilan dan kecantikan bukan merupakan bagian yang penting bagi mahasiswi tetapi setelah mengikuti dan menonton konten *beauty vlogger* relatif banyak mahasiswi yang terinspirasi untuk menggunakan dan membeli produk kecantikan yang di sarankan oleh *beauty vlogger*.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya perubahan perilaku yang terjadi terhadap mahasiswi sebelum dan sesudah menonton konten *beauty vlogger*. Hal tersebut tentu dapat menimbulkan kekhawatiran akan tingginya tingkat konsumtif mahasiswi yang diakibatkan oleh konten *beauty vlogger*. Berdasarkan fenomena tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang berbagai reaksi perempuan dalam menonton konten *beauty vlogger* serta penulis ingin menganalisis mengenai perubahan perilaku mahasiswi setelah menonton konten *beauty vlogger*. Penulis mengangkat judul penelitian tentang “Reaksi Perempuan Dalam Menonton Konten *Beauty vlogger* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan)”.  


## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana reaksi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* khususnya pada mahasiswi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan?
2. Bagaimana perubahan perilaku konsumtif mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* pada mahasiswi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan berbagai reaksi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* bagi mahasiswi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.
2. Untuk menganalisa perubahan perilaku konsumtif mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* bagi mahasiswi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

### 1.4.1 Secara Teoritis

1. Penyajian ini menyediakan informasi mengenai berbagai reaksi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* dan perubahan perilaku mahasiswi yang menjadi konsumtif setelah menonton konten *beauty vlogger*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan ilmu Antropologi khususnya Antropologi Gender dan

Etnografi Virtual serta menjadi referensi dan pengetahuan bagi penulis yang akan mengembangkan penelitian selanjutnya.

#### 1.4.2 Secara Praktis

1. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat mengenai reaksi mahasiswi dalam menonton konten yang dimuat oleh *beauty vlogger* dan perubahan perilaku mahasiswi menjadi konsumtif setelah menonton konten *beauty vlogger*.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* dikarenakan mampu menimbulkan berbagai reaksi terhadap mahasiswi yang salah satunya terjadinya perubahan perilaku pada mahasiswi.
3. Penelitian ini dapat memberikan gambaran terhadap pakar kecantikan tentang reaksi perempuan terhadap konten *beauty vlogger* yang dimuat di *youtube*