

## PEMBELAJARAN SOSIAL BERDASARKAN PERILAKU IMITASI MELALUI TAYANGAN *BEAUTY VLOGGER* INDONESIA DI YOUTUBE DALAM MERIASWAJAH

Tifani Alexandra Sinaga<sup>1</sup> Lisa Adhrianti<sup>2</sup> Verani Indiarma<sup>3</sup>

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

[tifanialexandra73@gmail.com](mailto:tifanialexandra73@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pembelajaran sosial terhadap proses perilaku imitasi perempuan setelah menonton video tayangan *beauty vlogger* di youtube. Penelitian ini menggunakan teori pembelajaran sosial dengan empat komponen yaitu *attention process*, *retention*, *reproduction*, dan *motivation*. Data penelitian ini diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam terhadap lima informan, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi sumber. Teori pembelajaran sosial adalah teori yang menyatakan bahwa perilaku yang baru dapat dibentuk dengan cara mengamati dan meniru orang lain. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dengan metode deskriptif. Berdasarkan dari rumusan masalah bagaimana proses pembelajaran sosial perilaku imitasi perempuan setelah menonton video tayangan *beauty vlogger* di *youtube*. Hasil penelitian yang didapatkan dari *youtube* adalah mendapatkan informasi mengenai *skincare* dan *make up*, meningkatkan pengetahuan dalam menonton tayangan *beauty vlogger*.

**Kata kunci:** Beauty Vlogger, Youtube, Teori Pembelajaran Sosial

## ***SOCIAL LEARNING BASED ON IMITATION BEHAVIOR THROUGH INDONESIAN BEAUTY VLOGGER SHOWS ON YOUTUBE IN FACIAL MAKEUP***

### ABSTRACT

*This study aims to understand social learning on the process of women's imitation behavior after watching beauty vlogger videos on YouTube. This research uses social learning theory with four components, namely attention process, retention, reproduction, and motivation. This research data was obtained from informants using purposive sampling technique. Data collection techniques were carried out by means of in-depth interviews with five informants, observation, and documentation. Data analysis techniques used data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity techniques are carried out by triangulating sources. Social learning theory is a theory that states that new behaviors can be formed by observing and imitating others. This research uses qualitative analysis techniques with descriptive methods. Based on the formulation of the problem of how the social learning process of women's imitation behavior after watching beauty vlogger videos on YouTube. The results of the research obtained from YouTube are getting information about skincare and makeup, increasing knowledge in watching beauty vlogger shows.*

**Keywords:** Beauty Vlogger, YouTube, Social Learning Theory

## PENDAHULUAN

Banyaknya perempuan yang mengerti makna cantik, membuat banyak perempuan juga ingin menggali dan belajar mengenai merias wajah. Munculnya konten video tutorial kecantikan menjadikan banyak remaja perempuan mudah mengakses informasi mengenai pembelajaran dalam merias wajah dan bertambahnya informasi serta pengetahuan mengenai kecantikan.

Kemunculan media sosial, salah satunya yaitu Youtube dengan berbagai konten video diyakini dapat menambah pengetahuan maupun informasi. Youtube adalah salah satu media sosial yang bisa dimanfaatkan, contohnya melalui video tutorial-tutorial *make up*, *daily make up* dan *review* produk kosmetik yang ditawarkan oleh para *beauty vlogger*. Hal ini menyebabkan *make up* punya tempat tersendiri bagi para perempuan dan sudah menjadi kebutuhan dalam sehari-hari. Berdasarkan perhitungan statistik oleh *Herley Street*, sebuah klinik kecantikan, menunjukkan setidaknya perempuan membutuhkan waktu 30 menit hingga satu jam untuk merias wajah setiap harinya.

Setiap media mampu untuk menghubungkan pikiran setiap individu dengan individu lainnya, bahkan juga mengubah pikiran hingga perilaku individu, jadi bisa saja pesan yang disampaikan dalam suatu proses komunikasi, memang dibuat untuk menimbulkan efek tertentu pada penerimanya, tapi tidak menutup

kemungkinan juga untuk timbulnya efek yang muncul dengan sendirinya. Salah satu contoh efek dari media adalah perilaku imitasi, sebuah perilaku yang berawal dari proses mengamati hingga akhirnya meniru. Sarsito (2010) mengatakan bahwa imitasi adalah proses kognitif untuk melakukan suatu tindakan atau bertindak seperti yang dilakukan model, melibatkan indera sebagai reseptor rangsangan dan memasang keterampilan persepsi untuk memproses informasi dari rangsangan, dengan kemampuan untuk melakukan gerakan motorik. Konsep imitasi di atas sebagian besar dilakukan oleh orang dengan menghadirkan contoh perilaku (*modeling*), yaitu proses belajar yang terjadi ketika seseorang mengamati dan meniru perilaku orang lain.

Menurut teori pembelajaran sosial oleh Bandura (2002), fungsi manusia dipandang sebagai serangkaian interaksi- interaksi timbal balik di antara faktor- faktor personal, perilaku dan peristiwa lingkungan. Pembelajaran adalah aktivitas pengolahan informasi di mana pengetahuan direpresentasikan secara kognitif dalam bentuk simbol-simbol yang berfungsi sebagai panduan untuk tindakan. Pembelajaran yang terjadi melalui pengamatan langsung dengan cara mengamati model, mendengarkan penyampaian pelajaran, serta mempelajari materi dalam media cetak atau elektronik. Kelebihan yang dimiliki oleh teori ini yaitu

pendekatan pada teori belajar sosial lebih ditekankan pada perlunya conditioning (pembiasaan merespon) dan imitation (peniruan).

Bandura percaya dan meyakini bahwa suatu tindakan observasi dapat memberikan ruang bagi orang untuk belajar tanpa melakukan apapun. Teori Bandura menunjukkan bahwa tindakan belajar seseorang dapat berlangsung melalui sarana yang mengarahkan pada tindakan lain yaitu perilaku imitasi.

Melalui perantara *beauty vlogger*, media sejatinya telah membantu para perempuan dalam memberikan informasi dan pengetahuan tentang kecantikan. Berikut beberapa *beauty vlogger* yang mempunyai *subscriber* terbanyak dan yang paling sering ditonton oleh kaum perempuan yang diakses tahun 2021 melalui situs ( [www.youtube.co.id](http://www.youtube.co.id) )

Perasaan untuk selalu tampil cantik dan menarik ini timbul dalam benak setiap perempuan baik di usia remaja maupun dewasa terlebih setelah mereka memperhatikan lingkungan sekitarnya. Apalagi ketika kecantikan para perempuan ini membawa dampak sosial seperti mudah untuk mendapatkan pekerjaan, mudah untuk diterima di lingkungan sosial hingga menjadi lebih percaya diri. pada hakikatnya hal itulah yang mendasari seseorang untuk mengimitasi bagaimana cara seorang *beauty vlogger* merias wajahnya.

Adanya fenomena di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan melihat sejauh mana kegunaan *Youtube* dapat digunakan sebagai media pencari informasi dan pembelajaran dalam merias wajah. Supaya dapat terarah, peneliti menggunakan Teori Pembelajaran Sosial Empat komponen dalam proses mengamati perilaku orang lain (*observational learning*) menurut Bandura, dkk (2002) : *Attention process*: sebelum melakukan peniruan, individu menaruh perhatian terhadap model yang akan ditiru. *Retention process*: setelah memperhatikan, pengamatan terhadap model kemudian disimpan dalam bentuk simbol-simbol (tidak hanya melalui pengamatan visual, tetapi juga melalui verbalisasi) yang suatu saat akan digunakan dalam bentuk imitasi perilaku. *Motor reproduction process* : Pada tahap ini, individu dapat menunjukkan perilaku yang tepat dan harus mampu menunjukkan keterampilan motorik. *Motivasi (motivational process)*: untuk menentukan aspek mana dari respons yang telah dipelajari sebelumnya yang akan diterjemahkan ke dalam tindakan.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk memahami pembelajaran terhadap bagaimana proses pembelajaran sosial perilaku imitasi perempuan setelah menonton video tayangan *beauty vlogger* di *youtube* dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pembelajaran Sosial Berdasarkan Perilaku Imitasi Melalui

Tayangan Beauty Vlogger Indonesia Di Youtube Dalam Merias Wajah”.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivisme. Paradigma penelitian konstruktivisme biasanya dikaitkan dengan penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif analitis, komparatif, menitik beratkan pada makna, dan data yang diperoleh dapat melalui hasil pengamatan dan analisis dokumen. Paradigma ini berpandangan bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri juga memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi.

Selain itu, ditinjau dari jenis data nyaa pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang mana tujuan dari penelitian kualitatif ialah untuk mendeskripsikan serta menganalisis suatu fenomena yang sedang terjadi, sikap seseorang, kegiatan sosial, persepsi juga cara pandang orang baik secara individu ataupun kelompok. Tujuan lainnya yaitu untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum yang ada di kenyataan sosial dari perspektif partisipan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi adalah metode pengumpulan data yang diinginkan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan

pengindraan (Komariah, A & Djam'an Satori, 2012). Peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur yaitu peneliti telah menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada narasumber. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi yang bentuk foto seperti bukti memakai atau menggunakan aplikasi, foto bersama narasumber, dan foto saat melakukan wawancara bersama informan atau narasumber.

Teknik analisis data dalam penelitian ini model Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada kawasan Kota Bengkulu. Uji keabsahan data digunakan untuk memastikan kebenaran dari data yang diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan jenis triangulasi sumber yang dimana untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan kesimpulan.

## **PEMBAHASAN**

Youtube merupakan salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat. Pemanfaatan youtube dapat digunakan dengan mengunggah video- video yang menunjukkan bakat, hobi, atau pun kegiatan yang dapat memberikan hal dan informasi positif bagi pengguna lainnya salah satunya adalah *beauty vlog* (Zarella, 2010).

Kehadiran *beauty vlog* saat ini memang dapat dikatakan sangat menginspirasi bagi para perempuan. Selain berbakat dalam *make up*, dan juga membagikan tips dan trik cara penggunaan *make up*. Dari banyaknya *beauty vlogger* di Indonesia, Tasya Farasya memiliki 4,16 juta *subscribers* dan berhasil menduduki peringkat pertama dari *beauty vlogger* yang ada di Indonesia, setelah itu disusul oleh *channel* youtube Suhay Salim yang memiliki *subscribers* 1,54 juta. Cara bagaimana para informan tertarik dengan *beauty vlogger* melalui media massa seperti tv, dan media sosial youtube, kemudian mereka memiliki *role model*, sampai masing-masing dari informan mengikuti *beauty vlogger* tersebut.

Hasil penelitian yang disajikan dalam pembahasan yang didapatkan dari penelitian ini adalah pembelajaran sosial yang dilakukan pengguna youtube sebagai media pembelajaran dalam melakukan perilaku imitasi dalam merias wajah.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan beberapa narasumber yang ada di kota Bengkulu untuk menjadi subjek penelitian, peneliti mendapatkan lima orang subjek yang merupakan pengguna aktif youtube dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Beberapa kriteria ini dipilih oleh peneliti karena dianggap memenuhi syarat dan mempunyai pengetahuan dan informasi sesuai dengan judul penelitian mengenai pembelajaran sosial melalui

tayangan *beauty vlogger* di Youtube Indonesia dalam merias wajah.

Penelitian ini difokuskan pada beberapa perempuan yang ada di kota Bengkulu yaitu: Syifa, Tika, Dian, Kathrina, dan Devi. Bagi sebagian perempuan tentu tidak asing dengan kata *beauty vlogger*. Bisa dikatakan *beauty vlogger* adalah sebutan bagi seseorang yang kerap kali membuat video berkonsep kecantikan. Para *beauty vlogger* lebih mengkhususkan untuk berbagai informasi dan juga pengetahuan seputar kecantikan pada *platform* media sosial yaitu *youtube*.

Kehadiran *beauty vlogger* dinilai mampu menjadi inspirasi bagi para perempuan masa kini untuk semakin mempercantik diri. Para informan memberi pandangan mengenai bahwa *beauty vlogger* itu merupakan seseorang yang tertarik dengan dunia kecantikan baik itu dari *make up* dan *skincare* yang memberikan informasi kepada khalayak luas. Informan tertarik dengan *beauty vlogger* melalui media massa seperti tv, dan media sosial youtube, kemudian mereka memiliki *role model*, sampai masing-masing dari informan mengikuti *beauty vlogger* tersebut.

Menurut Bandura (2002), teori *modelling* ini sangat kuat dalam menjelaskan proses belajar individu yang didapat dari media massa dan telah digunakan secara luas untuk memahami pengaruh media massa. Menurut Bandura, dalam Slavin, (2008: 204),

mengamati model dan mengulangi perilaku yang dilakukan oleh model bukanlah sekedar imitasi sederhana; pembelajaran observasi juga melibatkan proses kognitif aktif yang meliputi empat fase belajar, yaitu *attention* (perhatian), *retention* (mengingat), *reproduction* (reproduksi) dan *motivation* (motivasi).

### 1. Attention Process

Pada tahap *attention*, seseorang yang bisa disebut dengan pengamat, akan memberikan perhatian pada model yang akan ditirunya. Dari pernyataan narasumber, persepsi mengenai alasan memilih menonton video *beauty vlogger* di *youtube* yaitu narasumber lebih mudah mendapatkan referensi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. *Youtube* menyediakan berbagai informasi *permake-upan*. Informan bisa mendapatkan informasi yang luas dan banyak secara gratis melalui *youtube*. Dari beberapa penjelasan informan, jika menginginkan untuk memakai suatu produk *skincare* dan *make up* ia mencari tahu dahulu dari beberapa *review beauty vlogger* untuk lebih meyakinkan.

Pemanfaatan *youtube* yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai kecantikan oleh para perempuan yaitu untuk memberikan informasi berupa

keberagaman kecantikan untuk pembelajaran mengenai kecantikan yang selama ini kurang diketahui oleh banyak para perempuan. Karena menurut mereka untuk mencari informasi lebih dalam mengenai kecantikan yang lebih efektif dan lebih efisien adalah melalui media yang sudah tersedia dan media yang populer di kalangan masyarakat, karena hampir semua orang memiliki media sosial dan mengetahui media tersebut salah satunya adalah *youtube*. Menggunakan *youtube* informasi menjadi lebih mudah didapat dan memiliki banyak *referensi*.

### 2. Retention process

Setelah para informan memperhatikan, muncullah ketertarikan sehingga akhirnya mereka akan mengingat tingkah laku model yang telah diamati di dalam ingatannya, karena tingkah laku tersebut harus bisa diingat kembali. Ketika mereka melihat referensi foto, atau video dari *role model* mereka, maka mereka akan mengingat apa yang dilakukan model tersebut, mulai dari bagaimana model melakukan perawatan wajah, sampai bagaimana mereka merias wajah mereka.

Manfaat yang di dapatkan selama melihat tayangan *beauty vlogger* di *youtube* yaitu mereka belajar bahwa untuk memiliki *skill*

dalam *bermake up* tidak harus pergi ke tempat kursus kecantikan, dengan melihat saja di *youtube* juga bisa belajar dan mendapat informasi yang luas tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.

Ramainya konten tentang *beauty vlogger* yang menarik memunculkan dampak tersendiri bagi masyarakat. Utamanya kaum hawa, kerap tertarik usai menonton video *beauty vlogger* yang akhirnya muncul suatu intensi dalam diri mereka untuk melakukan pembelian produk dan mengaplikasikan produk yang dibahas para *beauty vlogger* sehingga menimbulkan perilaku imitasi. Awal ketertarikan informan untuk mencoba produk yang di *review* oleh seorang *beauty vlogger* berawal dari kejujuran dan kepercayaan dari video tersebut, persepsi informan mengenai ketertarikan dengan konten *beauty vlogger* yaitu karena konten yang ditonton dapat membantu informan dalam belajar tentang kecantikan dan menjadikan sebagai inspirasi untuk mendapatkan informasi.

### **3. Motor reproduction process**

Jika para informan telah melewati tahap mengingat atau *retensi*, maka mereka akan masuk kedalam fase selanjutnya yaitu reproduksi gerak. Pada fase ini, pengamat mencoba untuk

menirukan atau mempraktekan ulang perilaku model yang diamatinya, yang dalam hal ini adalah menirukan *beauty vlogger* tersebut.

Setelah mereka mengamati bagaimana model yang ditirunya menggunakan *make up*, tahapan selanjutnya mereka mulai menerapkan cara *make up* yang dilakukan oleh model, kelima informanpun secara kompak menjawab mereka akan langsung mencoba setelah menonton video tutorial, *make up*.

### **4. Motivational process**

Dikatakan pada tahap motivasi ini, ketika pengamat mendapatkan feedback atau tanggapan positif dari sekitar maka ia akan cenderung meneruskannya, sehubungan dengan teori ini dari yang sudah dikatakan oleh informan mengenai tanggapan mereka tentang pro kontra terbukti mereka cenderung mengikuti kata hati mereka, mengikuti apa yang menurut mereka benar dan baik untuk ditiru. Selain itu dalam motivasi peniruan akan terjadi apabila memberi manfaat bagi seseorang tersebut, merasakan hal positif setelah seseorang itu meniru. Kelima informan akan merekomendasikan kepada teman-temannya jika itu bermanfaat untuk orang lain.

*Beauty vlogger* menjadi sebuah fenomena yang saat ini banyak digandurungi oleh banyak perempuan. Mudah sekali kita jumpai orang-orang yang terinflunse oleh seorang *beauty vlogger*, namun bagaimana para informan menyikapinya apakah mereka termasuk yang mengikuti *role model* secara keseluruhan mulai dari produk kosmetik yang direview dan *tips and trick* nya. Dari wawancara yang telah dilakukan terbukti bahwa kelima informan melakukan pembelajaran dengan melihat video di *youtube*.

## KESIMPULAN

1. Tanggapan dari informan terhadap konten *beauty vlogger* di *youtube* adalah para informan tertarik dan suka dengan adanya konten review produk serta *tips and trick* dari *beauty vlogger*. Mayoritas kaum perempuan menyatakan sering menonton konten tersebut. Selain itu mayoritas dari mereka kebanyakan lebih suka menonton video review *beauty vlogger* di *youtube* dengan alasan mudah untuk dipelajari.
2. Untuk perilaku imitasi terhadap konten *beauty vlogger* di *youtube*, para informan tertarik untuk mencoba dengan alasan jika produk yang di *review* cocok dengan kebutuhan kulit wajah diri masing-masing informan. Alasan mereka menonton video tersebut dikarenakan informasi yang disampaikan dapat

membuat informan lebih selektif dalam memilih produk *make up*, selain itu juga informan menjadi lebih paham dalam merias wajah dengan baik dan benar.

3. Berdasarkan teori Bandura tahap awal dari teori ini yaitu pertama seseorang akan memberikan perhatian terhadap ketertarikannya dengan *beauty vlogger*, kemudian pengamat menyimpan setiap tingkah laku, perkataan model yang dilihat dalam ingatannya. Dalam hal ini informan akan mengingat produk apa yang cocok kemudian informan akan menirukan atau mempraktekannya sendiri apa yang telah diajari oleh *beauty vlogger*. Setelah itu informan akan merekomendasikan kepada teman-temannya yang memiliki kulit wajah yang sama serta *beauty vlogger* yang mereka sukai.

Berdasarkan dari penelitian ini, penelitian memiliki keterbatasan maka, diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa menjadi referensi untuk studi pembandingan pada pembahasan yang sama. Sehingga peneliti selanjutnya dapat jauh lebih baik dan juga dapat menambahkan baik dari indikator atau faktor lain yang lebih mendalam dan mengembangkan topik yang sama mengenai pembelajaran sosial melalui tayangan *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi.

Bagi remaja perempuan, tentunya penggunaan aplikasi *Youtube* bisa menjadi

media hiburan. Karena aplikasi *Youtube* dengan mudah bisa dinikmati oleh siapa saja. Dalam aplikasi *Youtube* siapapun bisa dapat melihat konten video dari pengguna lain. Tetapi remaja perempuan harus tetap lebih selektif dalam menggunakan aplikasi *Youtube*. Karena selain bisa memberikan dampak positif, *Youtube* juga bisa memberikan dampak yang negatif bagi penggunanya. Selain itu kaum perempuan juga harus lebih baik atau bijak dalam memilih gaya make up yang sesuai dengan kebutuhannya dan tidak dilakukan secara berlebihan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bandura, A.(2002). *Social learning Theory*. New York:General Learning Press.
- Elianti, L.D dan Indah, S.P. *Makna Penggunaan Make up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta)*. *Jurnal pendidikan sosiologi*
- <https://dataindonesia.id/digital/detail/penggunaan-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Kompas.com.2021.<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet-indonesia-tembus-200-juta-hampir-semua-online-dari-ponsel>
- Mariezka, F.T. 2018. *Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger melalui Pengalaman Komunikasi*. *Journal of communication*. Vol 2 No. 2 September 2018, pp 95-111
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2005.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- Nashor. (2011). *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pengembangan Masyarakat Madani*.Pustakamas.
- Notoatmodjo, Soekidjo.(2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Puspitasari, S.H. *Pengaruh Komunikasi Persuasif Video Beauty Vlogger Terhadap Minat Membeli Produk Pada Brand Wardah di Kota Banjarbaru*.
- Puspitasari, Dinda. “Pengaruh Terpaan Video *Beauty Vlogger* di *Youtube* Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah ( Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)”. Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.
- Putri, Rizky Amanda. “Pengaruh Tayangan *Beauty Vlogger* dan perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip USU dan Mahasiswi Ilmu Komunikasi FIS UIN SU”. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan, 2019.

- Rakhmat, Jalaludin.(2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Safira, Z dan Anindita, L.A. 2021. *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Perilaku Imitasi Siswi SMKN 20 Jakarta*. Vol 3
- Santoso, S. (2009). *Dinamika Kelompok (Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sarwono, S. W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum*. In E. A. Meinarno (Ed.), Jakarta: Rajawali Pers. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tri Dayakisni dan Hudaniah. (2012). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Uno, Hamzah (2012). *Teori Motivasi & Pengukurannya*. Jakarta: BumiAksara
- Widodo & Mawardi. (2017). *Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).
- Wolipop.detik.com.2021.<https://wolipop.detik.com/make-up-and-skincare/d-2484388/dalam-24-jam-perempuan-lebih-lama-wajahnya-bermake-up-daripada-tampil-polos>, <http://jurnal-kommas.com/docs/JURNAL%20par-amitha%20anggun.pdf>,
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta AnggotaIKAPI.