

ABSTRAK

Youtube sebagai salah satu bentuk media sosial yang memiliki beragam viewers setiap hari memenuhi kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Konten video di *Youtube* yang saat ini sangat diminati terutama melalui *video blogger* dimanfaatkan oleh *beauty vlogger* Sarah Ayu untuk menonjolkan dirinya pribadi, karakter, dan gaya bermakeupnya sebagai *Beauty Influencer* untuk memberikan informasi tentang tutorial *make up* yang dapat dijadikan sebagai referensi kosmetik untuk wanita Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah media sosial *Youtube* melalui video blooger *beauty blogger* merupakan media yang memenuhi syarat sebagai media referensi berkosmetik di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian analisis isi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori persamaan media. Hasil penelitian ini menyimpulkan berbagai tindakan yang positif dari penggemar ataupun penonton video blogger oleh Sarah Ayu. Beberapa diantaranya menggunakan kolom komentar untuk berinteraksi langsung mengenai konten video kosmetik. Penelitian yang dilakukan pada *video blogger* Sarah Ayu mengenai produk-produk kosmetik selama kurang lebih 1 tahun mulai dari bulan Maret 2017 hingga Desember 2018.

Kata kunci : analisis isi, video blogger, media referensi, kecantikan

ABSTRACT

Youtube as a form of social media that has a variety of viewers every day to meet the need to get information. The video content on Youtube is currently in great demand, especially through blogger videos, is used by beauty vlogger Sarah Ayu to highlight her personal, character and style as a Beauty Influencer to provide information about makeup tutorials that can be used as references for cosmetics for Indonesian women. The purpose of this study is to find out whether Youtube social media through video blogger beauty blogger is a media that qualifies as a cosmetics reference media in Indonesia. This research is a qualitative study with a type of content analysis research. The theory used in this study was the theory of media equation theory. The results of this study concluded various positive action of a fan or spectator video blogger by sarah ayu. Some of them use the comments column to interact directly with Sarah Ayu about cosmetics video content. Research conducted on the video blogger Sarah Ayu on cosmetic products for approximately 1 year starting from March 2017 to December 2018.

Keywords: content analysis, blogger videos, reference media, beauty