

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Dekripsi Teori

1. Teori Pembelajaran Sosial

Teori pembelajaran sosial merupakan salah satu teori belajar yang menyatakan bahwa perilaku yang baru dapat dibentuk dengan cara mengamati dan meniru orang lain. teori pembelajaran sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura, menjelaskan bahwa teori ini menerima sebagian besar prinsip-prinsip teori-teori belajar perilaku, tetapi lebih banyak memberi penekanan pada kesan isyarat-isyarat pada perilaku, dan pada proses-proses mental internal.¹ Sebagaimana yang dikutip oleh Kardi bahwa, sebagian besar manusia belajar melalui pengamatan secara selektif dan mengingat tingkah laku orang lain.

Teori ini sejatinya pertama kali digagas oleh Neal Miller dan John Dollard tahun 1941, yang berpendapat bahwa pembelajaran dengan cara meniru terjadi ketika pengamat termotivasi untuk belajar, berbagai petunjuk atau elemen perilaku yang dipelajari, pengamat menampilkan perilaku yang diberikan, dan pengamat secara positif diteguhkan untuk meniru dan teori ini dikembangkan lebih lanjut oleh Albert Bandura²

Teori belajar sosial menjelaskan bahwa lingkungan-lingkungan yang dihadapkan pada seseorang secara kebetulan, lingkungan itu kerap kali dipilih dan diubah oleh orang itu melalui perilakunya sendiri. Inti dari teori pembelajaran sosial

¹Yudi, *Analisis Perilaku Imitasi di Komunitas White Family Samarinda Setelah Menonton Tayangan Boyband/Girlband Korea di Kbs Channel*, Jurnal: 2016 4(3): 166-180). h. 168

²Ambar, *Teori Pembelajaran Sosial Dalam Komunikasi Massa*, di akses dari <https://PakarKomunikasi.com> /Teori-Pembelajaran-Sosial-Dalam-Komunikasi-Massa, Pada Tanggal 12 Maret 2020.

adalah pemodelan (*modelling*) yang merupakan salah satu langkah paling penting dalam pembelajaran terpadu.

Tingkah laku manusia yang ditampilkan setiap hari merupakan gambaran tingkah laku yang dipelajari dari lingkungan disekelilingnya. Sekurang-kurangnya ada enam cara bagi individu untuk memilih cara belajar secara sosial tersebut seperti, mengalami dan mencoba, mempersepsikan suatu objek, mengamati respon orang lain terhadap objek, *modelling*, menjadi perilaku orang lain sebagai model yang dipelajari, dan yang terakhir mempelajari perilaku orang lain sebagai peringatan terhadap apa yang akan dilakukan individu.³

Pembelajaran sosial juga mengamati apa yang terjadi pada individu lain dan hanya dengan diberitahu mengenai sesuatu, seperti belajar dari pengalaman langsung.⁴ Jadi sebagai contoh, banyak dari apa yang telah kita pelajari didasarkan atas pengamatan terhadap model, orang tua, guru, rekan sebaya, pemain film dan televisi, atasan, dan seterusnya. Pandangan bahwa kita dapat belajar melalui pengamatan maupun pengalaman langsung disebut teori pembelajaran sosial. Ada dua jenis pembelajaran melalui pengamatan yaitu:⁵

- a. Pembelajaran melalui pengamatan dapat terjadi melalui kondisi yang dialami orang lain, contohnya: seorang pelajar melihat temannya dipuji dan ditegur oleh gurunya karena perbuatannya, maka ia kemudian meniru melakukan perbuatan lain yang tujuannya sama ingin dipuji oleh gurunya. Kejadian ini merupakan contoh dari penguatan melalui pujian yang dialami orang lain.

³ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h.174

⁴Stephen P.Robbins, Timothy A.Judge, *Perilaku Organisasi Organizational Behavior*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 74

⁵ Lefudin, *Belajar dan Pembelajaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2014), h.123-124

- b. Pembelajaran melalui pengamatan meniru perilaku model meskipun model itu tidak mendapatkan penguatan positif atau penguatan negatif saat mengamati itu sedang memperhatikan model itu mendemonstrasikan sesuatu yang ingin dipelajari oleh pengamat tersebut dan mengharapkan mendapat pujian pujian itu. Model tidak harus diperagakan oleh seseorang secara langsung, tetapi kita dapat juga menggunakan seseorang pemeran atau visualisasi tiruan sebagai model.

Pembelajaran sosial efektif dengan media massa, seperti televisi dan media massa memainkan peran sangat penting dalam teori pembelajaran sosial. *Audiens* mendapat kekuatan berlipat ganda dari model tunggal yang mengirimkan cara-cara berpikir dan berperilaku baru bagi banyak orang di lokasi berlainan. Media massa dapat meneruskan pola perilaku dan pola pikir baru secara serentak kepada kelompok-kelompok besar orang.

Teori ini juga mempertimbangkan media tersebut sebagai agen-agen sosialisasi primer, keluarga, teman-teman sebaya, dan guru-guru kelas.⁶ Banyak dari dampak media massa mungkin terjadi melalui proses pembelajaran sosial, seperti orang belajar bagaimana berpakaian dengan mode terbaru atau balerina yang dapat mempelajari gerakan-gerakan tertentu. Ada empat proses untuk mentukan pengaruh sebuah model terhadap seseorang individu:⁷

- a. Proses perhatian, individu belajar dari sebuah model hanya ketika mereka mengenali dan mencurahkan perhatian terhadap fitur-fitur pentingnya. Kita cenderung sangat terpengaruh oleh model-model yang menarik, tersedia secara

⁶ Evi Novianti, *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*, (Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI), h. 142

⁷Wiet Aziz, *Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura*, di akses dari <http://AzizherWitselalu.Blogspot.com/2012/11/Teori-Pembelajaran-Sosial-Albert-Bandura.Html>, Pada Tanggal 12 Maret 2020

berulang-ulang, penting bagi kita, atau mirip dengan kita menurut perkiraan kita.

- b. Proses penyimpanan, pengaruh sebuah model akan bergantung pada seberapa baik individu mengingat tindakan model setelah model tersebut tidak lagi tersedia.
- c. Proses reproduksi motor, setelah seseorang melihat sebuah perilaku baru dengan mengamati model, pengamatan tersebut harus diubah menjadi tindakan. Proses ini kemudian menunjukkan bahwa individu itu dapat melakukan aktivitas yang dicontohkan oleh model tersebut.
- d. Proses penegasan, individu akan termotivasi untuk menampilkan perilaku yang dicontohkan jika tersedia insentif positif atau penghargaan. Perilaku yang ditegaskan secara positif akan mendapat lebih banyak perhatian, dipelajari dengan baik, dan dilakukan lebih sering.

2. Teori Kultivasi Media

Teori kultivasi ini dikembangkan untuk menjelaskan pengaruh televisi terhadap masyarakat yang diperkenalkan pertama kali oleh George Gerbner dan koleganya dari Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat, sekitar tahun 1960.⁸ Beberapa riset komunikasi massa menunjukkan dampak media massa terhadap masyarakat. Teori kultivasi menjelaskan dampak menonton tayangan televisi pada persepsi, sikap, dan nilai-nilai orang.⁹

⁸ Jennings, Susan Thompson Bryant, *Fundamentals Of Media Effects* (New York: Mc Graw Hill,2002), h. 101

⁹Dadi Ahmad Nova Yohana, *Kekerasan di Televisi: Perspektif Kultivasi*, Jurnal Vol.8. No. 1. Juni 2007, h. 92

Proses sosialisasi yang dilakukan oleh televisi, bukan hanya pada anak-anak tetapi juga terhadap orang dewasa. Analisis kultivasi disusun untuk melihat adanya perubahan sosialisasi dalam jangka waktu yang panjang secara bertahap pada suatu generasi.¹⁰ Konsumsi tayangan televisi dalam jangka waktu yang lama dapat mengkultivasi persepsi seseorang. Realitas yang dipersepsi oleh pemirsa akan sesuai dengan gambaran yang ditampilkan oleh televisi.

Televisi menampilkan “dunia simbolis” yang sangat berbeda dengan realitas yang obyektif. Pemirsa yang sering menonton televisi akan terpengaruh cara pandang yang disajikan oleh televisi. Sedangkan pemirsa yang jarang menonton televisi memiliki cara pandang terhadap dunia yang berbeda dengan yang sering menonton. Menurut evra, pemirsa yang kurang pengalaman di dunia nyata akan membuat pemirsa bergantung pada televisi untuk mendapatkan informasi.¹¹

Gerbner menyatakan bahwa media massa mempengaruhi sikap dan nilai yang sejatinya telah tertanam pada suatu kebudayaan tertentu. Namun media menyediakan serta melakukan propoganda dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat. Menurut L.J. Shrum, proses kultivasi semata hanya menguatkan kepercayaan pemirsa daripada mengubah kepercayaan masyarakat.¹²

Teori kultivasi memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian, dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang.¹³ dengan kata lain realitas yang khalayak media terima adalah realitas yang diperantarai. Asumsi dasar teori ini yaitu:¹⁴

¹⁰ Jennings, Susan Thompson Bryant, *Fundamentals Of Media Effects*, h. 105

¹¹Ipin Phienout, *Kuliah Online Komunikasi*, di akses dari <http://Kuliah Online Komunikasi. Blogspot.Com /2011/10/ Cultivation-heory-Daniel-Chandler.html> Pada Tanggal 13 Maret 2020

¹²Jennings, Susan Thompson Bryant, *Fundamentals Of Media Effects*, h. 109

¹³Zikir Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2017), h.65

¹⁴ Saefudin dan Antar Venus, *Cultivation Theory*, Jurnal Vol.8. No. 1. Juni2007, h. 84-85

- a. Televisi merupakan media yang unik.
- b. Semakin banyak seseorang menghabiskan waktu untuk menonton televisi, semakin kuat kecenderungan seseorang menyamakan realitas televisi dengan realitas sehari-hari.
- c. Penonton yang cenderung jarang menonton, menggunakan jenis media dan sumber informasi yang lebih bervariasi baik komunikasi media maupun personal dan yang keseringan menonton cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber informasi mereka.
- d. Terpaan pesan televisi yang terus menerus menyebabkan pesan tersebut diterima khalayak sebagai pandangan konsensus masyarakat.
- e. Televisi membentuk *mainstreaming* dan *resonance*.
- f. Perkembangan teknologi baru memperkuat pengaruh televisi.

Teori ini menyatakan televisi sebagai media komunikasi massa dapat menanamkan atau mempromosikan pandangan mengenai dunia yang tidak akurat namun penonton tetap mengasumsikan bahwa hal tersebut merupakan cerminan kehidupan nyata.¹⁵ Kultivasi adalah proses akumulasi di mana televisi membimbing terbentuknya suatu kepercayaan mengenai kenyataan sosial.

Gerbner menyatakan bahwa televisi merupakan suatu kekuatan yang secara dominan dapat mempengaruhi masyarakat modern. Kekuatan tersebut berasal dari kemampuan televisi melalui berbagai simbol untuk memberikan berbagai gambaran yang terlihat nyata dan penting seperti sebuah kehidupan sehari-hari,¹⁶ televisi

¹⁵Widjajanti Mulyono, *Ilmu Sosial di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2016), h. 381

¹⁶Mulyana, *Teori Kultivasi*, di akses dari <https://wsmulyana.wordpress.com/2009/01/09/teori-kultivasi/> pada tanggal 13 Maret 2020

mampu mempengaruhi penontonnya, sehingga apa yang ditampilkan di layar kaca dipandang sebagai sebuah kehidupan yang nyata, kehidupan sehari-hari.

Televisi tidak dapat berpengaruh secara signifikan pada kepercayaan penontonnya atau dengan menonton TV juga tidak dapat secara langsung membangun suatu opini publik. Semua itu bergantung pada lamanya durasi menontonnya semakin lama menonton, maka semakin besar pengaruhnya. Dalam mengubah pemikiran seseorang mengenai kehidupan, ada dua mekanisme yang menjelaskan proses kultivasi: *mainstreaming* yaitu menstabilkan dan menyeragamkan pandangan dalam masyarakat dan *resonance* yang dipresentasikan oleh media serupa dengan pengalaman pribadi.

Inti dari teori ini adalah terpapar media secara simultan akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya.¹⁷ Teori kultivasi dalam bentuknya yang paling mendasar, percaya bahwa televisi bertanggung jawab dalam membentuk, atau mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada disekelilingnya.

B. Tinjauan Hasil Penelitian Relavan

Penelitian terkait dengan konten *youtube* telah dilakukan oleh beberapa peneliti dalam berbagai bidang dengan fokus penelitian yang berbeda-beda pula. Berikut penelitian yang menjadi tinjauan terdahulu penulis:

1. Penelitian yang berjudul “*Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak*” penulis Iffah Mawaddah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

¹⁷ Kasriani, *Dampak Tayangan Show Imah di Trans Tv Pada Gaya Bicara Remaja di Desa Santan Iir Kecamatan Marangkayu*, Jurnal Vol. 2 No. 4, 2014: 231-244, hal. 231

Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas UIN 2018.¹⁸ Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah intensitas menonton tayangan *gaming* pada akun *youtube* milik Reza Oktovian berpengaruh pada perilaku imitasi bahasa anak laki-laki usia 10-14 tahun dikelurahan Cakung Timur, yang juga menjadi responden dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Kuesioner atau angket menjadi sumber utama dalam pengumpulan data. Adapun penelitian ini dilakukan sesuai dengan kriteria responden dalam penelitian dan menyebar angket kepada responden dengan jumlah 96 responden sebagai sampel. Dalam penelitian ini menggunakan teori belajar sosial dan berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh dari intensitas menonton tayangan *gaming* milik Reza Oktovian terhadap perilaku imitasi bahasa anak laki-laki usia 10-14 tahun dikelurahan Cakung Timur, besar pengaruh tersebut berdasarkan uji determinasi sebesar 15,2%. Dari penelitian ini penulis tidak menemukan kesamaan judul secara keseluruhan namun penelitian yang dilakukan Iffah Mawaddah sama – sama meneliti tentang tayangan konten *youtube* dan menggunakan penelitian kuantitatif, dan yang membedakan adalah perbedaan lokasi dan fokus penelitiannya yang berfokus pada Intensitas Menonton Tayangan *Gaming* Pada Akun *Youtube* Reza Oktovian sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh konten *youtube beauty and grooming*.

¹⁸Iffah Mawaddah, *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak*, (Skripsi Sarjana: Komunikasi dan Penyiaran Islam: Jakarta, 2018), h. 30.

2. Mei Kartikasari dalam Penelitiannya “ *Pengaruh Konten Youtube Tutorial Make Up Back To School Terhadap Perbedaan Perilaku Imitasi Siswi Madrasah Aliyah Negeri Se-Jakarta Barat*” Mahasiswa dari Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2018.¹⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari konten tutorial *make up back to school* terhadap perbedaan perilaku imitasi siswi MAN- se-Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan pradigma positivistik, dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian komparatif, teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Teori yang digunakan adalah teori imitasi dan berdasarkan hasil dari uji hipotesis Kruskal Wallis dan Mann Whitney U Test, hasil dari penelitian ini adalah tidak terdapat perbedaan pada aspek atensi dan retensi dengan hasil signifikansi 0,210 untuk atensi dan 0,164 untuk retensi. Sedangkan pada aspek reproduksi motorik terdapat perbedaan. Dari penelitian ini penulis tidak menemukan kesamaan judul secara keseluruhan namun penelitian yang dilakukan Mei Kartikasari sama – sama meneliti tentang tayangan konten *youtube* dan menggunakan penelitian kuantitatif, dan yang membedakan adalah perbedaan lokasi dan fokus penelitiannya yang berfokus pada *Pengaruh Konten Youtube Tutorial Make Up Back To School* sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh konten *youtube beauty and grooming*.

¹⁹Mei Kartikasari, *Pengaruh Konten Youtube Tutorial Make Up Back To School Terhadap Perbedaan Perilaku Imitasi Siswi Madrasah Aliyah Negeri Se-Jakarta Barat*, (Skripsi Sarjana: Komunikasi dan Penyiaran Islam: Jakarta, 2018), h.32.

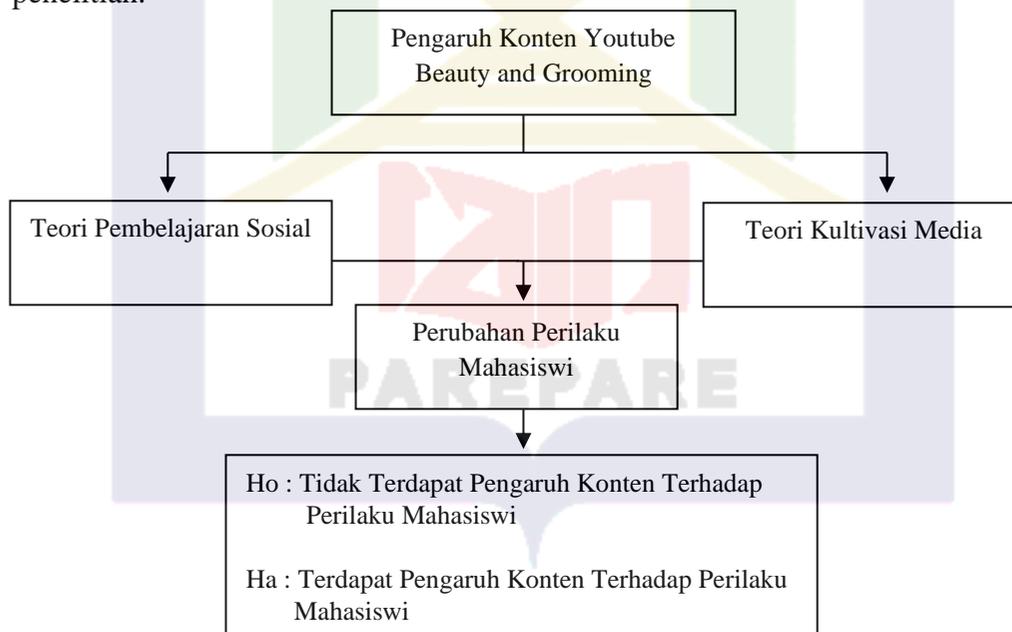
3. Penelitian yang dijadikan sebagai referensi terakhir penulis Anisa Lestari ialah skripsi yang berjudul “*Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger di Situs Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi*” mahasiswi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017.²⁰ Adapun persamaan dan perbedaan pada penelitian ini adalah media sosial yang digunakan yaitu *youtube*, menjadi sarana prantara pesan kepada responden penelitian. Sedangkan yang membedakan penelitian ini ialah teori yang digunakan penelitian terdahulu. Tujuan penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana efek dan seberapa besar efek tayangan *indo beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi di kalangan mahasiswi KPI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik atau klasik dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden 172 orang dan teori yang digunakan adalah *Social Learning Theory*. Hasil dari teori ini adalah H_a diterima yang artinya bahwa efek kognitif, afektif, dan behavioral dapat mempengaruhi perilaku imitasi di kalangan mahasiswi. Secara parsial efek kognitif, afektif, dan behavioral memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku imitasi mahasiswi. Kemudian dengan melihat nilai R Square sebesar 0,606 yang artinya bahwa efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral berpengaruh terhadap perilaku imitasi mahasiswi sebesar 60%. Dari penelitian ini penulis tidak menemukan kesamaan judul secara keseluruhan

²⁰Anisa Lestari, *Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger di Situs Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi*, h. 24.

namun penelitian yang dilakukan Anisa Lestari sama – sama meneliti tentang tayangan konten *youtube* dan menggunakan penelitian kuantitatif, dan yang membedakan adalah perbedaan lokasi dan fokus penelitiannya yang berfokus pada Pengaruh Konten *Youtube* indo *beauty vlogger* sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh konten *youtube beauty and grooming*.

C. Kerangka pikir

Kerangka berpikir adalah serangkaian konsep dan kejelasan hubungan antar konsep tersebut yang dirumuskan oleh peneliti berdasarkan pada tinjauan pustaka, dengan meninjau teori yang disusun dan digunakan sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diangkat agar peneliti mudah dalam melakukan penelitian.²¹



Gambar 2.4.1 Bagan kerangka pikir

²¹Erni, *Analisis Pesan verbal dan Nonverbal pada Tulisan di Mobil Truk*, (Skripsi Sarjana: Dakwa dan Komunikasi Penyiaran Islam, 2017), h.38.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris (hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti dibawah dan *thesa* yang berarti kebenaran). Pernyataan atau dugaan tersebut proposisi.²²

Dengan demikian hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap masalah-masalah yang diteliti dimana kebenarannya masih diuji.

Berdasarkan judul penelitian yang peneliti angkat maka hipotesis yang diajukan adalah:

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh tayangan konten youtube beauty and grooming terhadap perilaku imitasi dalam mempercantik diri mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas ushuluddin, adab, dan dakwah
2. Ha : Terdapat pengaruh tayangan konten youtube beauty and grooming terhadap perilaku imitasi dalam mempercantik diri mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas ushuluddin, adab, dan dakwah

E. Definisi Operasional Variabel

1. Pengertian Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.²³ Pengaruh adalah suatu tipe kekuasaan yang, jika

²²Misbahuddin Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Cet. I; Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013), h.34.

²³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 849.

seseorang yang dipengaruhi agar bertindak dengan cara tertentu, dapat dikatakan terdorong untuk bertindak demikian, sekalipun ancaman sanksi yang terbuka tidak merupakan motivasi yang mendorongnya.²⁴

Pengaruh menjelaskan bahwa perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.²⁵ Dalam komunikasi ini diharapkan orang yang menerima pesan dapat berubah sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Sementara itu Surakhmand menyatakan bahwa pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan terhadap apa-apa yang ada disekelilingnya.²⁶ Jadi, pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa yang ada diseketarnya.

2. Konten Youtube

Sejak kemunculannya, youtube banyak mengalami perkembangan hingga menjadi komunitas berbagi video terbesar seperti sekarang. Layanan yang beralamat www.youtube.com telah menjadi tujuan utama bagi mayoritas pengguna internet dunia untuk menonton, dan berbagi video, baik melalui *website*, perangkat *mobile*, *blog*, bahkan e-mail. Masyarakat umum yang bergelut dalam dunia maya pasti sudah tidak asing dengan *Youtube*.²⁷

²⁴Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 40

²⁵Desiani Natalina, *Komunikasi Dalam PAUD*, (Tasikmalaya: 2019), h. 156

²⁶Yosi Abdian Tindaon, *Bahasadan Sastra Indonesia*, di Akses di [Http://Yosi abdian tindaon.Blogspot.Com/2012/11/Pengertian-Pengaruh.Html](http://Yosi%20abdian%20tindaon.Blogspot.Com/2012/11/Pengertian-Pengaruh.Html) Pada Tanggal 3 September 2019

²⁷Ali Akbar, *Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi*, (Skripsi Sarjana: Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2018), h.8.

Fenomena *youtube* memang sangat populer dapat dikatakan mirip *blog*. Apabila *blog* merupakan buku harian *online*, *Youtube* adalah video harian *online* atau *Vlog (Video Log)*. Karena kepopulerannya itulah, beberapa *website* local Indonesia juga menyediakan layanan sejenis tentunya bernuansa lokal. Anda dapat menemukan situs yang mirip *youtube* dari Indonesia, yaitu *www.layartancap.com* dan *www.guebanget.com*. karena berasal dari Indonesia, situs ini tentunya mayoritas menyediakan file video khas Indonesia.²⁸

Pengguna media memungkinkan siapa saja untuk mengunggah video dan ditonton oleh siapa saja dari seluruh penjuru dunia hanya dengan waktu beberapa menit saja setelah video di unggah. Keberagaman konten video di *youtube* membuat berbagai video menjadi salah satu hal penting dalam berinternet.

Konten *youtube* dapat dimengerti sebagai topik maupun tema, contohnya penggemar sepakbola saat membuka *youtube* dapat dipastikan yang dia cari adalah video tentang bola.²⁹ Disinilah konten-konten *youtube* dapat dijangkau dengan memilih konten yang mereka sukai dan berpeluang besar untuk ditonton oleh banyak orang lain.

Tayangan yang dapat dinikmati para penggunanya yaitu konten-konten kreatif di *Youtube* juga berasal dari para penggunayang mengunggah videonya. Baik lembaga, kelompok, atau individu. Adapun konten-kontennya seperti konten film, music, olahraga, kuliner, kesehatan, dan juga kecantikan seperti tutorial *make up*. Selain itu juga memiliki manfaat seperti mencari penghasilan melalui *google*

²⁸Asdani Kindarto Smitdev, *Belajar Sendiri Youtube*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2008), h.2.

²⁹Deny Setyawan, *Rahasia Mendapat Dollar dari Youtube*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 14

AdSense, mempromosikan perusahaan/profil individu dan menonton tayangan berita yang terlewat.³⁰

Secara keseluruhan, isi konten dari *channel* youtube para *beauty vlogger* adalah berbagi keterampilan mereka dalam mengaplikasikan sebuah produk atau alat kecantikan, menampilkan tutorial tentang bagaimana cara mengaplikasikan suatu alat kosmetik dengan teknik yang benar dan sesuai sehingga menghasilkan riasan *makeup* yang menawan, selain itu mereka juga kerap melakukan *review* produk kecantikan dan *skin care* yang mereka pakai.

Beauty vlog adalah video instruktif yang mengajarkan *viewers* cara membuat tampilan *make up* tertentu atau menguasai teknik tertentu. maka dari itu,³¹*beauty vlogger* sudah dianggap sebagai *opinion leader* oleh para perempuan dalam hal produk kosmetik dan kecantikan.

3. *Beauty and Grooming*

Kata *beauty* artinya keindahan, kecantikan, keayuan dan kemanisan.³²*Beauty* merupakan penilaian secara fisik dan definisi kecantikan melalui penilaian perilaku. Dari wawancara terhadap 1200 orang, lebih dari 40% mendefinisikan kecantikan berdasarkan kondisi fisik. Hanya 14, 8% yang mendefinisikan kecantikan berdasarkan kepribadian yang menarik, sedangkan yang menganggap perilaku ramah sebagai cantik hanya 9,5%. Sementara kemampuan intelektual sepertinya tidak terlalu dianggap sebagai salah satu sifat yang menentukan definisi cantik, karena yang

³⁰Mei Kartikasari, *Pengaruh Konten Youtube Tutorial Make Up Back To School Terhadap Perbedaan Perilaku Imitasi Siswi Madrasah Aliyah Negeri Se-Jakarta Barat*, (Skripsi Sarjana: Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2018), h.14-15.

³¹Yohanna Arista Simatupang, *Pengaruh Tutorial Kecantikan di Youtube Terhadap Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Wanita*, (Skripsi Sarjana: Ilmu Komunikasi, 2018) , h.3.

³²Desi Anwar, *Kamus Lengkap 10 Milliyar*, (Surabaya: Amelia, 2004), h. 31

menganggap orang cerdas sebagai orang cantik hanya 6,1%.³³ Menurut Direktur Sigma Research Nurjannah Andi Lemmung temuan ini wajar mengingat kesan pertama yang ditangkap oleh otak adalah tampilan fisik. “Kesan pertama itu akan mendefinisikan kecantikan, disusul oleh perilaku ketika seseorang mengenalnya, dan baru tahap akhirnya adalah prestasi atau kemampuan intelektualnya”.

Grooming ialah yang berarti perawatan atau pemeliharaan.³⁴ Sedangkan penampilan ialah citra diri yang terpancar dari diri seseorang yang dapat dilihat dari penampilan secara keseluruhan. *Grooming* dalam penampilan prima berarti perawatan atau pemeliharaan,³⁵ yang harus dilakukan agar seseorang mempunyai penampilan yang prima sehingga citra diri seseorang terlihat sangat menarik bagi siapa saja yang melihatnya.

Kecantikan merupakan sesuatu yang sangat melekat bagi kaum wanita. Cantik itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang indah dan menarik. Kriteria cantik seorang wanita adalah bertubuh ideal; berkulit putih; dan berambut lurus, hitam, serta panjang. Dengan hadirnya globalisasi, makna kecantikan kemudian menjadi seragam pada setiap daerah dan negara. Seluruh masyarakat mengakui wanita cantik adalah yang memiliki kriteria dengan simbol-simbol yang telah disebutkan. Media iklan memiliki andil yang besar dalam menyebarkan makna cantik ini. Dari banyaknya iklan mengenai kecantikan inilah yang kemudian membuat kaum wanita berlomba-lomba untuk menjadi cantik yang sempurna.

³³Wisnubrata, diakses dari [https://lifestyle.kompas.com/read/2017/06/14/135648020/apa-definisi.perempuan.Cantik](https://lifestyle.kompas.com/read/2017/06/14/135648020/apa-definisi-perempuan.Cantik) Pada Tanggal 3 September 2019

³⁴Indah Soekotjo, *Professional Image*, di akses pada <https://professional.image.wordpress.com/2015/07/23/pengertian-grooming/> Pada Tanggal 3 September 2019

³⁵Wildan Zulkarnain, Raden Bambang Sumarsono, *Manajemen Perkantoran Profesional*, (Malang: GunungSamudra, 2015), h. 148.

Standar kecantikan yang berkembang di masyarakat yang membuat perempuan melakukan apapun agar dianggap cantik oleh lingkungannya. Menggunakan kosmetik, mengurus badan, hingga operasi plastik adalah beberapa bentuk upaya yang dilakukan untuk terlihat cantik.³⁶

“*Beauty is pain*” merupakan salah satu kalimat yang dipegang teguh sebagian besar perempuan untuk mencapai kecantikan, banyak usaha yang harus dilakukan seperti halnya mencari informasi mengenai kecantikan contohnya menonton konten beauty vlogger yang membahas masalah kecantikan dan perawatan wanita.

Salah satu contoh beauty vlogger dalam memberikan informasi mengenai kecantikan dan perawatan bagi kaum wanita dilihat dari perkembangan konten-konten mereka yang banyak diminati sehingga menambah *viewers* yang mengarahkan perempuan menggunakan kosmetik, mengajarkan berbagai cara teknik dan trik dalam mengaplikasikan alat make up, yang membuat suatu pemahaman bahwa yang disampaikan beauty vlogger melalui media massa memiliki peran yang sangat besar dalam memproduksi dan membangun gaya hidup dengan kecantikan sebagai gagasannya.

5. Perilaku

Perilaku dalam kamus bahasa Indonesia adalah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap. Setiap manusia pastilah memiliki perilaku berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisme itu tidak

³⁶Hulda Grace Worotitjan, *Konstruksi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik Warda*, Jurnal: Vol 2. No.3 Tahun 2014, h. 3

timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal.³⁷

Perilaku manusia merupakan sesuatu yang penting dan perlu dipahami secara baik. Hal ini disebabkan perilaku manusia terdapat dalam setiap aspek kehidupan. Perilaku manusia tidak berdiri sendiri, perilaku manusia mencakup dua komponen yaitu, sikap atau mental dan tingkah laku.³⁸ Sikap atau mental merupakan sesuatu yang melekat pada diri manusia yang diartikan reaksi manusia terhadap sesuatu keadaan atau peristiwa, sedangkan tingkah laku merupakan perbuatan tertentu dari manusia sebagai reaksi terhadap keadaan atau situasi yang dihadapi.

Dalam ilmu psikologi yang mempelajari tentang perilaku, karena perilaku dianggap lebih mudah diamati, dicatat, dan diukur. Arti perilaku dalam ilmu psikologi mencakup perilaku yang kasatmata seperti, makan, menangis, memasak, melihat, bekerja, dan perilaku yang tidak kasatmata seperti fantasi, motivasi, dan proses yang terjadi pada waktu seseorang diam atau secara fisik tidak bergerak.³⁹

Penyebab perilaku orang lain dapat dimengerti dengan dilakukannya mencari bentuk perilaku yang sama pada diri sendiri dan melihat apa latar belakang yang menyebabkan terwujudnya perilaku tersebut pada diri sendiri, dengan cara analogi.⁴⁰ Mempelajari perilaku seseorang dalam kaitan hubungan timbal balik dengan lingkungan bisa dilakukan dengan observasi, wawancara, analogi, ikut merasakan dan intuisi.

³⁷ Kasriani, *Dampak Tayangan Show Imah di Trans TV Pada Gaya Bicara Remaja di Desa Santan Ilir Kecamatan Marangkayu*, Jurnal Vol. 2, No. 4, 2014:231-224, h. 237

³⁸Eliza Herjulianti, Tati Svasti Indriani, Sri Artini, *Pendidikan Kesehatan Gigi*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC,2001). h.35

³⁹Joyce Marcella Laurens, *Arsitektur dan Perilaku Manusia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h.19

⁴⁰Singgih D. Gunarsa, Yulia Singgih D. Gunarsa, *Psikologi Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*, (Jakarta: PT BPK Gunung Mulia, 2008), h. 3

Pembahasan ini bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia dengan tindakan-tindakannya, ada yang mudah ada yang sulit dilihat dan hanya bisa diketahui dari hasil atau akibat dari perbuatan. Perilaku adalah setiap cara reaksi atau respon manusia, makhluk hidup terhadap lingkungannya. Perilaku adalah aksi, reaksi, terhadap perangsangan dari lingkungan.

6. Imitasi

Imitasi merupakan bagian dari teori *sosial learning* (Teori Pembelajaran Sosial). Prinsip dasar sosial learning menyatakan sebagian besar dari yang dipelajari manusia terjadi melalui peniruan (*imitation*), penyajian contoh perilaku (*modeling*).⁴¹ Imitasi adalah suatu tindakan atau proses sosial dimana seseorang meniru orang lain, baik itu penampilan fisik, sikap, tingkah laku, gaya hidup, dan hal-hal yang dimiliki orang lain tersebut.

Imitasi adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang telah dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsangan, dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.⁴²

Beberapa konsep imitasi di atas yang mengatakan imitasi sebagian besar dilakukan manusia melalui penyajian contoh perilaku (*modeling*), yaitu proses

⁴¹Hadi Susanto, *Teori Belajar Sosial Albert Bandura*, di akses dari <https://Bagawanabiyasa.Wordpress.Com/2017/01/16/Teori-Belajar-Sosial-Albert-Bandura/> Pada Tanggal 20 Maret 2020

⁴²Hasna Amelia Pertiwi, *Bagaimana Pendapat Anda Mengenai Tindakan Imitasi di Lingkungan Sosial?*, di akses dari <https://Www.Dictio.Id/T/Bagaimana-Pendapat-Anda-Mengenai-Tindakan-Imitasi-di-Lingkungan-Sosial/43324> Pada Tanggal 20 Maret 2020

pembelajaran yang terjadi ketika seseorang mengobservasi dan meniru tingkah laku orang lain.⁴³

Pihak yang melakukan imitasi akan meniru sama persis tindakan yang dilakukan oleh pihak yang diimitasi, tanpa pikir panjang tentang tujuan peniruannya. Adapun perilaku yang diimitasi menurut Soekanto dapat berwujud penampilan, sikap, tingkah laku, gaya hidup, pihak yang ditiru. Namun, imitasi tidak terjadi secara langsung melainkan perlu adanya sikap menerima, dan adanya sikap mengagumi terhadap apa yang diimitasi itu. Melalui imitasi, seseorang belajar nilai dan norma di masyarakat atau sebaliknya ia belajar suatu perbuatan yang menyimpang dari nilai dan norma yang berlaku⁴⁴. Baik anak maupun orang dewasa belajar banyak hal dari pengamatan dan imitasi tersebut.

Pengamatan yang dilakukan individu menghasilkan suatu perilaku imitasi yang dilihat dari orang sekitarnya, sehingga timbullah tingkah laku. Hal itu sejalan dengan pendapat Bandura yang mengatakan bahwa sebagian besar manusia belajar melalui pengamatan secara selektif dan mengingat tingkah laku orang lain, menurut teori ini seseorang belajar dilakukan dengan mengamati tingkah laku orang lain, hasil pengamatan itu kemudian dimantapkan dengan cara menghubungkan pengalaman baru dengan pengalaman sebelumnya.⁴⁵ Khususnya pada anak sebagai peniru ulung, anak selalu mengamati perilaku yang tampak dari lingkungan terutama keluarga.

Berdasarkan beberapa pengertian imitasi yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa imitasi adalah perilaku yang dihasilkan seseorang

⁴³Nova Friska Anggraeni, *Korelasi Menonton Drama The Heirs Terhadap Perubahan Style Remaja*, (Skripsi Sarjana: Ilmu Social dan Politik, 2019) h. 16

⁴⁴Dosen Sosiologi, *Pengertian Imitasi dan Contohnya Lengkap* diakses dari <http://DosenSosiologi.Com/Pengertian-Imitasi-Dan-Contohnya-Lengkap/>, Pada Tanggal 20 Maret 2020

⁴⁵Slideshare, *Teori Belajar Social Albert Bandura*, di akses dari <https://www.slideshare.net/alfiramitahertanti/teori-belajar-sosial-albert-bandura>, Pada Tanggal 20 Maret 2020

dengan mencontoh atau melihat individu lain melakukan sesuatu, baik dalam wujud penampilan, sikap, tingkah laku dan gaya hidup pihak yang ditiru. Dalam hal ini perilaku imitasi lebih dilihat kepada anak terutama dalam lingkungan keluarga melalui pengamatan secara langsung.

a. Karakteristik Model yang Efektif

Terdapat empat karakteristik model yang efektif dalam imitasi, yaitu:

- 1) Kompetensi. Pelaku imitasi biasanya mencoba meniru orang-orang yang melakukan sesuatu dengan baik, bukan sebaliknya.
- 2) *Prestise* dan kekuasaan. Anak-anak dan remaja sering meniru orang yang terkenal atau orang yang berkuasa.
- 3) Perilaku “sesuai gender”. Pelaku imitasi paling mungkin mengadopsi perilaku yang mereka anggap sesuai dengan gender mereka.
- 4) Perilaku yang relevan dengan situasi pelaku imitasi. Pelaku imitasi paling mungkin mengadopsi perilaku yang mereka yakini akan membantu mereka dalam situasi mereka⁴⁶.

b. Proses yang Mempengaruhi Imitasi

Empat proses yang mempengaruhi imitasi yaitu atensi, retensi, pembentukan perilaku, dan motivasi :

- 1) Atensi. Sebelum sesuatu dapat dipelajari oleh model, model tersebut harus diperhatikan. Model akan lebih sering diperhatikan jika mereka sama dengan pengamat (yakni, jenis kelaminnya sama, usianya sama, dan sebagainya),

⁴⁶Moh. Buyung Alfarisi, *Hubungan Antara Celebrity Worship Youtuber Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja*, (Skripsi Sarjana: Psikologis, 2017), h. 6

orang yang dihormati atau memiliki status tinggi, memiliki kemampuan lebih, dianggap kuat, dan atraktif.

- 2) Retensi. Agar informasi yang sudah diperoleh dari observasi bisa berguna, informasi itu harus diingat atau disimpan. Bandura berpendapat bahwa ada *retentional process* (proses retensional) dimana informasi disimpan secara simbolis melalui dua cara, secara imajinal (imajinatif) dan secara verbal.
- 3) Pembentukan Perilaku. Proses pembentukan perilaku menentukan sejauh mana hal-hal yang telah dipelajari akan diterjemahkan ke dalam tindakan atau performa.
- 4) Motivasi. Menimbulkan ekspektasi dalam diri pengamat bahwa jika mereka bertindak dengan cara tertentu dalam situasi tertentu, mereka mungkin akan diperkuat. Fungsinya, *motivational processes* (proses motivasional) menyediakan motif untuk menggunakan apa-apa yang telah dipelajari⁴⁷.

c. Tahapan dalam Melakukan Imitasi

Imitasi adalah proses peniruan tingkah laku seorang model, sehingga disebut juga proses modeling. Ini dapat diaplikasikan pada semua jenis perilaku yang memiliki kecenderungan yang kuat untuk berimitasi. Proses ini tidak dilakukan terhadap semua orang tetapi terhadap figur-figur tertentu seperti orang-orang terkenal, orang yang memiliki kekuasaan, orang yang sukses, atau orang yang sering ditemui. Figur yang biasanya menjadi model tersebut adalah orang tua itu sendiri. Namun menurut Tarde sebelum orang mengimitasi suatu hal, terlebih dahulu haruslah terpenuhi beberapa syarat, yaitu:

⁴⁷Feida Noorlaila Isti'adah, *Teori-Teori Belajar dalam Pendidikan*, (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2020), h. 115

- 1) Memiliki minat/perhatian yang cukup besar akan hal tersebut.
- 2) Menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang akan diimitasi.
- 3) Ingin memperoleh penghargaan sosial seperti yang ditiru⁴⁸.

d. Faktor dalam Melakukan Imitasi

Ada beberapa faktor sehingga seseorang mengadakan perilaku imitasi, sebagai berikut :

1) Faktor psikologis

Yaitu bagaimana manusia memikirkan sesuatu dan melakukan interpretasi terhadap berbagai pengalaman yang diperoleh dan juga menjelaskan bahwa perilaku yang baru dan kompleks dapat diciptakan dengan observasi atau melihat suatu model yang dilihatnya secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga seseorang melakukan suatu imitasi tersebut.

2) Lingkungan Keluarga

Imitasi sudah berlangsung sejak individu masih kecil dan dimulai dari lingkungan keluarga. Bagi anak, lingkungan keluarga merupakan lingkungan yang paling berpengaruh, setelah itu sekolah, baru kemudian masyarakat.

3) Media Massa

Imitasi akan terus berkembang ke lingkungan yang lebih luas, yaitu masyarakat. Imitasi dalam masyarakat semakin cepat dengan berkembangnya media masa, seperti tayangan televisi. Dalam era komunikasi dapat ditambahkan media masa sebagai faktor yang sangat berpengaruh lebih dari yang lain, karena dilihat terus menerus dan berulang-ulang. Tayangan adalah pesan atau

⁴⁸Christina Lia Uripni, Untung Sujianto, Tatik Indrawati, *Komunikasi Kebidanan* (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2003), h. 30

rangkaian pesan dalam bentuk suara, berbentuk grafik, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerimaan pesan dan siap untuk dipertunjukkan

4) Interaksi Sosial dengan Teman Sebaya

Tidak hanya melalui media masa saja, namun interaksi sosial atau teman sebaya juga sangat berpengaruh dalam imitasi anak. Interaksi dengan teman sebaya dalam proses interaksi memiliki peranan penting terutama pada imitasi.

7. **Mempercantik Diri**

Cantik adalah sebuah kata yang identik dengan perempuan. Sejak usia dini, perempuan sudah diajarkan untuk menganggap penampilan fisik sebagai salah satu faktor pendukung rasa percaya diri. Perempuan dan *make up* seperti telah menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan.

Mempercantik diri merupakan suatu pilihan. Artinya, seorang wanita bebas menentukan citra dan penampilan mereka sesuai keinginannya sendiri. Penampilan merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan dalam menjalani aktivitas sehari-hari, penampilan juga merupakan suatu hal yang menjadi sebuah prioritas bagi banyak orang, khususnya penampilan luar. Penampilan disini mengacu pada penampilan secara keadaan fisik manusia itu sendiri.

Kesempurnaan akan penampilan tentu tidak datang dengan begitu saja akan tetapi ada usaha untuk membuat penampilan menjadi baik. Penampilan itu sendiri bisa dipengaruhi oleh pembentukan sikap dari seseorang yang tentunya dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Salah satu aspek yang membuat bisa tampil dengan

sempurna adalah dari bagian wajah, dan salah satu cara yang bisa dilakukan untuk membuat wajah terlihat indah dan menawan adalah dengan menggunakan *make up*.

Make up sendiri adalah seni merias wajah atau mengubah bentuk asli dengan bantuan alat dan bahan kosmetik yang bertujuan untuk memperindah serta menutupi kekurangan sehingga wajah terlihat ideal. Makna penggunaan *make up* bagi perempuan tentunya untuk menunjang penampilan dan kecantikan mereka. Mempercantik diri mereka dengan berbagai cara, perawatan wajah, tubuh, penggunaan produk-produk kecantikan dan kosmetik untuk menunjang kecantikan mereka. Keberadaan televisi dan media massa ditengah-tengah masyarakat yang terdapat iklan-iklan kecantikan yang secara tidak langsung mempengaruhi persepsi dan pemaknaan mereka mengenai kecantikan. Kehadiran media massa dapat mempermudah kaum wanita mengakses informasi mengenai kecantikan contohnya *youtube* yang merupakan *platform* mempublikasikan video, yang dapat diakses oleh semua orang, dimana videonya lebih instruktif yang mengajarkan viewers cara membuat tampilan *make up* dan teknik tertentu.

PAREPARE