

ABSTRAK

Beauty vlogger merupakan konten yang membantu dalam merekomendasikan suatu produk atau memberikan ulasan mengenai produk kecantikan dan memberikan tutorial mengenai *make up*. Salah satu *beauty vlogger* populer di Indonesia adalah Tasya Farasya. *Channel* youtube Tasya Farasya memberikan ulasan produk kecantikan atau memberikan video tutorial *make up*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan video *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi komentator pada video “tutorial *make up* wisuda & prom night 2022 (*thai inspired make up*)”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan desain eksplanatif. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu terpaan media dengan sub variabel frekuensi, durasi dan perhatian. Variabel perilaku imitasi dengan sub variabel model untuk ditiru, kekaguman dan kepuasan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori belajar sosial. Responden pada penelitian ini adalah komentator pada video “tutorial *make up* wisuda & prom night 2022 (*thai inspired make up*)” dengan sampel 133 orang dengan *error tolerance* sebesar 5%. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh terpaan video *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi komentator pada video “tutorial *make up* wisuda & prom night 2022 (*thai inspired make up*)” dengan besar pengaruh sebesar 57,2%. Dari 9 hipotesis serta hipotesis mayor dalam penelitian bahwa terdapat pengaruh terpaan video *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi.

Kata Kunci: *Beauty Vlogger*, Komentator, Perilaku Imitasi, Terpaan Media, Youtube

ABSTRACT

Beauty vloggers are content that helps in recommending a product or providing reviews on beauty products and providing tutorials on makeup. One of the popular beauty vloggers in Indonesia is Tasya Farasya. Tasya Farasya's youtube channel provides reviews of beauty products or provides make-up video tutorials. This study aims to determine the effect of exposure to beauty vlogger videos on commentator imitation behavior on the video "tutorial make up graduation & prom night 2022 (thai inspired make up)". The research method used is a quantitative method with an explanatory design. This study uses two variables, namely media exposure with sub variables of frequency, duration and attention. Imitation behavior variables with sub variables of models to imitate, admiration and satisfaction. The theory used in this research is social learning theory. Respondents in this study were commentators on the video "tutorial make up graduation & prom night 2022 (thai inspired make up)" with a sample of 133 people with an error tolerance of 5%. The result of this study is that there is an effect of exposure to beauty vlogger videos on the imitation behavior of commentators on the video "graduation make up tutorial & prom night 2022 (thai inspired make up)" with a magnitude of 57.2%. From 9 hypotheses and major hypotheses in the study that there is an influence of exposure to beauty vlogger videos on imitation behavior.

Keywords: Beauty Vlogger, Commentator, Imitation Behavior, Media Exposure, Youtube