

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa motif remaja perempuan Surabaya dalam menonton video tutorial sesuai seperti teori penggunaan media sosial menurut Whiting dan William antara lain motif interaksi sosial, pencarian informasi, mengisi waktu, hiburan, perangkat yang menyenangkan, berbagi informasi dan pengetahuan tentang orang lain. Hasil data menunjukkan bahwa pencarian informasi adalah motif tertinggi remaja perempuan Surabaya dalam menonton video tutorial *makeup* di Youtube. Berdasarkan penjabaran penelitian ini diketahui bahwa para *beauty vlogger* dengan kemampuan serta pengetahuan *makeup*-nya telah menjadi sumber informasi mengenai *makeup* yang terpercaya oleh responden, yang salah satunya dapat diperoleh melalui video tutorial *makeup*. Sehingga Youtube pun menjadi media yang efektif bagi responden untuk mempelajari mengenai *makeup* dari pada belajar dari orang lain.

V.2 Saran

Penelitian ini tidak lepas dari segala kekurangan sehingga adapun beberapa saran yang ingin peneliti berikan berkaitan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

V.2.1 Saran Akademis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa kedepannya untuk disempurnakan agar menjadi lebih baik lagi, seperti menambahkan teori mengenai karakteristik pengguna sosial media. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ini dapat dikembangkan dengan metode lainnya agar dapat melihat hasil yang lebih tajam lagi.

V.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat dua indikator motif yang memperoleh hasil yang tinggi yaitu motif pencarian informasi dan motif hiburan. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti berharap agar dapat menjadi masukan bagi para *beauty vlogger* dalam membuat ide konten tutorial *makeup* agar tetap selalu informatif namun juga menarik dan unik sehingga tetap menjadi media yang menyenangkan bagi para penonton Youtube yang tertarik dengan dunia kecantikan. Kemudian peneliti juga berharap agar dapat digunakan sebagai referensi bagi perusahaan yang bekerja sama dengan para *beauty vlogger* dalam mengembangkan strategi penggunaan media sosial untuk perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Asra, Abuzar. Puguh Bodro I., dan Agus Purwoto. (2016). *Metode Penelitian Survey*. Bogor: Penerbit IN MEDIA.
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*; penerjemah Hapsari Dwiningtyas. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Lind, Douglas A. Samuel A. Wathen., dan William G. Marchal. (2012). *Statistical Techniques in Business & Economics*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- M.A, Hasrullah. (2014). *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nawiroh, Vera. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaaduddin. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jaladuddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.

Santoso, Edi dan Mite Setiansah. (2010). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Steinberg, Laurence D. (1999). *Adolescence*. Boston: McGraw-Hill.

Sujarweni, V Wiratna. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Jurnal

Anita Whiting, David Williams. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 16 Issue: 4, p.362-369.

Elianti, Lita Donna dan Indah Sri Pinasti. (2018). Makna Penggunaan *Makeup* Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Vol.7, No.3, 1-18.

Fadhal, Soraya dan Lestari Nurhajati. (2012). Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube). *Al-zhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, Vol.1, No.3, 177-184.

Huda. (2013). Pertumbuhan Fisik dan Perkembangan Intelekt Usia Remaja. *Al-Ulum*, Vol.2, 3-6.

Kurnia, Novi. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Bagaimana Kita Menjelaskan Teknologi*, Vol.6, No.2, 292-293.

Mellyaningsih, Adinda. (2016). Motif Subscriber Menonton Channel Youtube Raditya Dika. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 4, No.1.

Putro, Khamim Zarkasih. (2017). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *APLIKASIA: Ilmu-ilmu Agama*, Vol.17, No.1, 25-32.

Riboni, Giorgia. (2017). THE YOUTUBE MAKEUP TUTORIAL VIDEO: A preliminary linguistic analysis of the language of "makeup gurus". *Lingue e Linguaggi*, Vol.21, 189-205.

Laporan Penelitian

- Georgia, Androulaki Ralli. (2015). *The Leading Role of Influencers in the Youtube Beauty Community*. Linnaeus University.
- Oktaviani, Hamidah Nur. (2015). *Trend Makeup di Kalangan Mahasiswa Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya.
- Spyer, Juliano. (2011). *Making up Art, Videos and Fame: The Creation of Social Order in the Informal Realm of YouTube Beauty Gurus*. University College of London.
- Westenberg, Wilma. (2016). *The Influence of Youtubers on Teenagers*. University of Twente.
- Sokol, Elisabeth. (2017). *The World of Beauty Vloggers on Youtube*. Erasmus University Rotterdam.

Skripsi

- Nggoro, Yosef Mario. (2016). Motif pemirsa Surabaya dalam menonton program acara televisi OK-JEK di NET TV. *Skripsi*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Internet

- Digital Report 2018 (2018, Januari). We Are Social [on-line]. Diakses pada 27 Juni 2018 dari <https://digitalreport.wearesocial.com/>
- Glowy Tutorial Make Up Omong Kosong. Youtube. [on-line]. Diakses pada 2 April 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=6QTasEYr2LE>
- Hestianingsih. (2016, 13 Mei). Ini Konten Vlog dan Video Youtube yang Populer di Indonesia 2016. Work and Money [on-line]. Diakses pada 16 Februari 2018 dari <https://m.detik.com/wolipop/read/2016/05/13/170521/3209992/1133/ini-konten-vlog-dan-video-youtube-yang-populer-di-indonesia-2016>
- Indonesian Beauty Vlogger. [on-line]. Diakses pada 8 November 2018. <http://indobeautyvlogger.com/about/html>
- Jumlah Penduduk Tahun 2015 Berdasarkan Usia (2015). Dispendukcapil Surabaya [on-line]. Diakses pada 16 Agustus 2018 dari http://dispendukcapil.surabaya.go.id/statistik/statistik_usia.php/
- Most Popular Types of Youtubers (2017, November). Media Kix [on-line]. Diakses pada 8 November 2018 dari <http://mediakix.com/2017/10/most-popular-types-of-youtubers/#gs.Qa=hjwY>

- Nenek Konah. Youtube. [on-line]. Diakses pada 2 April 2019.
<https://www.youtube.com/watch?v=bvQk5vS2gY4&t=84s>
- Popular Types Videos Youtube Infographic (2016, Januari). Vidyard [on-line]. Diakses pada 8 November 2018 dari
<https://www.vidyard.com/blog/popular-types-videos-youtube-infographic/>
- Pranata, Amalia. (2014, 15 Juni). Surabaya Digital Natives. Infographic social media [on-line]. Diakses pada 8 September 2018 dari
<https://visual.ly/community/infographic/social-media/surabaya-digital-native-ber-jejaring-sosial-lewat-smartphone>
- Septi, Della. Pertama Kali Bisa Makeup Belajar Dari Mana. Forum Beautynesia [on-line]. Diakses pada 2 Mei 2019.
<https://m.beautynesia.id/28145>
- Youtube Creator Academy. Youtube [on-line]. Diakses pada 9 Februari 2019 dari
<https://creatoracademy.youtube.com/>
- Youtube Monthly Beauty Content Views (2017, Januari). Statista [on-line]. Diakses pada 8 November 2018 dari
<https://www.statista.com/statistics/294655/youtube-monthly-beauty-content-views/>
- Yuwanto. (2010, 01 Desember). Fungsi Make-Up Dari Tinjauan Psikologi. Article [on-line]. Diakses pada 20 Februari 2017 dari
http://www.ubaya.ac.id/2014/content/articles_detail/12/Fungsi-Make-up-dari-Tinjauan-Psikologi.html