

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini telah maju dan banyak membawa pengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Publik dapat memilih alternatif dalam hubungan sosial dengan lingkungan disekitarnya karena adanya kemajuan teknologi informasi. Media yang dimaksud yaitu internet. Internet merupakan media informasi dan komunikasi yang dapat memberikan pengaruh bermanfaat bagi kehidupan masyarakat sehari-hari. Internet sebagai media informasi, komunikasi serta hiburan dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakan media tersebut untuk kepentingan masing-masing. Youtube menjadi salah satu media sosial yang sering dikunjungi masyarakat. Adanya perkembangan *youtube* yang tinggi menjadikan masyarakat sering mengunjungi video blog atau *vlogger* terutama kaum hawa. Dalam (Sokol, 2017), menjelaskan bahwa seseorang yang suka berbicara sendiri didepan kamera untuk membuat video (*beauty vlogger*) kemudian diupload ke internet/*youtube*, dari situlah penonton dapat membandingkan dan memberikan komentar.

Vlogs saat ini hadir ditengah-tengah masyarakat sehingga muncul fenomena yang lagi diminati yaitu hadirnya para *Beauty Vlogger*. Munculnya *Beauty Vlogger* yang membuat konten video *makeup* dapat memberikan informasi mengenai cara pengaplikasian *makeup*, review produk *makeup*, serta model busana yang sedang *trend*. *Beauty Vlogger* adalah *influencer* kecantikan yang memberikan informasi untuk memberikan dan menggambarkan cara mereka dalam merias wajah, review produk, hingga penampilan dengan konten melalui video yang kemudian diupload pada *platform youtube* (Choi, 2017). Secara umum *beauty vlogger* membuat konten seperti perawatan wajah sehari-hari, *daily make up*, *special make up*, *tips and trick* kecantikan hingga review suatu produk kecantikan yang dikemas dalam bentuk video yang juga digabungkan dengan animasi maupun teks dan diunggah ke dalam akun *youtubemiliknya*.

Munculnya para beauty vlogger saat ini banyak memberikan informasi dan pengetahuan bagi perempuan yang menyukai dunia kecantikan dan dapat mempermudah mereka dalam menirunya. Kemunculan *beauty vlogger* juga berbanding lurus dengan minat menonton video dengan tema kecantikan di *youtube*. Menurut Kusumawati & Sinaga (2018), *beauty vlogger* memberikan ilmu di bidang kecantikan dan memberikan tips seputar kecantikan. *Beauty vlogger* merupakan seorang yang mengerti tentang kecantikan, maka wajar jika mayoritas seorang *beauty vlogger* adalah wanita, tetapi seorang pria tidak menutup kemungkinan bahwa bisa menjadi seorang *beauty vlogger*.

Menurut Gerungan (2010) imitasi adalah tindakan atau perilaku mencontoh, meniru, serta mengikuti. Dalam kehidupan sehari-hari, imitasi berkaitan dengan kehidupan sosial, sehingga tidak terlalu berlebihan jika dikatakan seluruh kehidupan sosial itu terinternalisasi dalam diri seseorang berdasarkan faktor imitasi. Kita menyebut perilaku imitasi adalah kepribadian yang diakibatkan melewati banyak proses kemudian menuju pada artis/idolanya. Menurut Sella (2013), peniru mayoritas merupakan kalangan remaja yang masih mencari jati dirinya. Pemahaman untuk mengadakan aksi yang dilakukan dengan cara mengikut sertakan indera untuk menerima rangsang dan kemampuan untuk menggarap informasi dari dorongan bakat aksi untuk melakukan gerakan motorik disebut dalam tiruan/meniru (Winangsih, 2012). Menurut Sasmita (2011), imitasi merupakan proses sosial dan tindakan seseorang untuk meniru orang lain melalui sikap, penampilan gaya hidup, bahkan apa saja yang dimiliki oleh orang lain. Menurut Davidoff dalam (Purwanta, Edi, 2012) imitasi dapat disebut dengan *observational learning, modeling, maupun social learning*. Pusat dari imitasi adalah teori belajar sosial. Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura. Miller dan Dollard dalam (Sarwono, 2017) menjelaskan bahwa imitasi merupakan rangsangan yang menentukan apakah diwaktu lainsuatu kelakuan hendak diulang atau tidak. Beberapa konsep imitasi di atas selaras dengan pandangan Barlow dalam (Muhibbin, 2003), mengatakan bahwa imitasi dilakukan oleh sebagian besar manusia melalui contoh perilaku (*modeling*), yaitu proses pembelajaran yang terjadi ketika seseorang mengobservasi dan meniru perilaku

orang lain. Imitasi dapat memberikan cara efisien untuk mempelajari hal baru dan merupakan salah satu proses untuk mendapatkan kematangan secara universal, yaitu kecakapan maupun pengetahuan yang diperoleh dari hasil pengamatan terhadap lingkungan sosial disekitarnya (Mussen, 2005).

Banyak mahasiswi sangat memperhatikan penampilan, citra diri dan citra tubuhnya. Hal tersebut disebabkan karena menurut mahasiswi, kecantikan dan daya tarik fisik sangat penting untuk memperoleh dukungan sosial, popularitas, pemilihan teman hidup dan karier (Hurlock, 2006). Seorang mahasiswa digolongkan pada periode perkembangan usia 18-25 tahun. Fase demikian bisa dikategorikan dalam periode remaja akhir hingga periode dewasa awal dan dikaji melalui dimensi perkembangan, kewajiban perkembangan di umur mahasiswa ini adalah penguatan pegangan hidup (Yusuf, 2012). Remaja merasa ada sesuatu hal yang dirasa kurang memuaskan dari figur panutan yang ada disekelilingnya seperti orang tua atau guru, maka remaja mencari tokoh yang dianggap memiliki nilai lebih dibandingkan orang tua atau guru. Maka tak heran jika remaja maupun mahasiswi dijamin sekarang banyak yang melakukan peniruan atau imitasi dari seorang tokoh idolanya. Peniruan-peniruan terlihat dari potongan rambut, cara berpakaian, makeup, gaya hidup sering kali ditiru oleh remaja (Gerungan, 2000). Kenyataan yang terjadi banyak remaja bersifat impulsive (kurang berpikir matang) dengan melakukan imitasi semua perilaku atau penampilan tokoh idola tanpa melalui pertimbangan rasio bagaimana pengaruhnya terhadap perkembangan mental serta sosial (Gerungan, 2000).

Penelitian terdahulu dipakai sebagai tolak ukur demi mendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti baru. Peneliti terdahulu yang menjadi standar penelitian ini adalah penelitian dari Zahra dan Anindita STIKOM Interstudi Jakarta Selatan dengan judul “Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Perilaku Imitasi Siswi SMKN 20 Jakarta”. Penelitian tersebut akan menelaah pengaruh beauty vlogger dan terpaan media beauty vlogger Suhay Salim di youtube terhadap perilaku imitasi siswi. Terdapat juga penelitian dari Anisa dan Fatmawati Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger di Situs

Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa”. Penelitian tersebut akan menelaah tentang efek tayangan yang ditimbulkan terhadap perilaku imitasi mahasiswa.

Berdasarkan kenyataan di atas diketahui bahwa banyak mahasiswa yang melakukan perilaku imitasi terhadap beauty vlogger atau tokoh idolanya untuk mendapatkan dukungan sosial dari teman-teman, keluarga, dan masyarakat disekitarnya. Perilaku imitasi yang dilakukan juga berpengaruh terhadap rasa kurang percaya diri, haus akan pujian, dan ingin diakui di lingkungan sekitarnya. Tentunya hal tersebut jika dilakukan secara terus menerus dapat menjadikan seseorang menjadi kurang berpikir matang dan selalu bergantung pada orang lain, selain itu tidak memiliki rasa percaya diri. Sebagai generasi muda seharusnya para mahasiswa maupun remaja lainnya dapat memiliki rasa percaya diri yang tinggi dan dapat berpikir matang dengan tidak selalu mengimitasi apapun yang dilakukan tokoh idola maupun beauty vlogger yang saat ini sedang trending agar perkembangan mental serta sosial para remaja juga dapat menjadi lebih baik. Melihat kondisi di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Perilaku Imitasi Mahasiswa Ditinjau Dari Pengaruh Beauty Vlogger”**.

1.2. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian pada:

1. Variabel dalam penelitian ini adalah imitasi yang diberikan pada partisipan yang dalam kategori remaja akhir atau biasa disebut dewasa awal dengan batasan usia 18-25 tahun.
2. Partisipan dalam penelitian ini adalah partisipan yang berkuliah di Kota Madiun.
3. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berusia 18-25 tahun dan dikhususkan untuk wanita dan sering mengikuti konten *yotube beauty vlogger*.
4. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui gambaran deskriptif mengenai pengaruh *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi mahasiswa.

1.3.Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut: bagaimana gambaran deskriptif perilaku imitasi mahasiswa terhadap pengaruh *beauty vlogger*?

1.4.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui gambaran deskriptif mengenai pengaruh *beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi mahasiswa di Kota Madiun.

1.5.Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi disiplin ilmu psikologi sosial dan ilmu-ilmu sosial lainnya yang memiliki perhatian lebih terhadap masalah dampak perilaku imitasi mahasiswa.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah memberikan masukan bagi mahasiswa maupun peneliti lain mengenai dampak yang ada terhadap perilaku imitasi tersebut.