

“CANTIK” Ala Beauty Vlogger (Analisa Representasi Cantik dalam Konten Youtube Tasya Farasya)

Retno Fitriyana, Masrukin, Tri Wuryaningsih

Program Magister Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman

E-mail : retno.fitriyana03@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana youtube sebagai bentuk sosial media baru dalam membentuk konstruksi kecantikan. Secara spesifik media yang digunakan adalah kanal youtube milik Tasya Farasya. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Metode tersebut digunakan untuk membaca konten dalam kanal youtube Tasya Farasya. Selain kualitatif, cara pembacaan Roland Barthes juga digunakan untuk membaca tanda dalam konten-konten youtube tersebut. Temuan dari artikel ini adalah bahwa perempuan cantik adalah perempuan yang menggunakan make up yang tepat dan bahwa tuntutan tersebut membawa perempuan menjadi konsumtif

Kata kunci: Youtube, Konstruksi kecantikan, Youtuber

ABSTRACT

This article aims to reveal how YouTube as a new form of social media shapes the construction of beauty. Specifically, the media used is Tasya Farasya's YouTube channel. The method used is descriptive qualitative. This method is used to read content on the Tasya Farasya YouTube channel. Apart from being qualitative, Roland Barthes' reading method is also used to read the signs in the YouTube content. The findings of this article are that beautiful women are women who use the right make-up and that these demands make women consumptive

Keywords: Youtube, Beauty Construction, Youtuber

1. PENDAHULUAN

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial yang terhubung melalui jejaring internet yang mudah diakses dan memudahkan orang untuk mendapatkan informasi dengan kemasan yang menarik yaitu berupa audio visual. *Youtube* termasuk dari sekian banyak situs dengan *content management system* yang dapat mengelola masukan video, dan mempersilahkan para penggunanya untuk memiliki serta mengelola halaman video milik mereka sendiri. Ia juga tidak bersifat satu arah, dan memiliki waktu yang tak terbatas, karena dapat diakses kapanpun dan di manapun (Nasrullah, 2015).

Youtube mengenalkan pada kita sebuah *video blog* atau yang lebih dikenal dengan *vlog*, merupakan sebuah video yang berisi kegiatan sehari sehari pembuatnya yang menunjukkan opini, gaya hidup, ekspresi dari pembuatnya. (David, Sondak, dan Harilama, 2017). *Youtube* memuat beragam konten yang dapat diakses, salah satunya konten kecantikan (produk kecantikan, *make-up* tutorial dan lainnya) yang disampaikan atau diunggah oleh seorang *vlogger* (pembuat *vlog*). Konten seperti ini familiar dengan sebutan *beauty vlogger*.

Beauty vlogger merupakan fenomena yang ramai di kalangan perempuan belakangan ini. *Beauty vlogger* merupakan seseorang atau kelompok yang menciptakan atau membuat kreasi mengenai konten kecantikan dalam bentuk video lalu mengunggahnya di *youtube*. *Beauty vlogger* biasanya menampilkan beberapa konten, seperti tutorial *make up*, review suatu produk, bersiap bersama atau yang lebih familiar dengan istilah *get ready with me*, cara menggunakan dan apa saja *skincare* yang mereka gunakan sehari sehari (*skincare routine*), atau *make up challenge*. Hampir semua konten tersebut ditampilkan dalam *Youtube* seorang *Beauty Vlogger*, tak terkecuali Tasya Farasya.

Tasya Farasya merupakan seorang *beauty vlogger* paling digandrungi. Tidak hanya itu, namanya tercatat sebagai *beauty enthusiast* atau *beauty influencer* yang paling terkena (Redcom Indonesia, 2021).

Artikel ini memfokuskan pada bagaimana representasi “cantik” ala Tasya Farasya. Melihat banyaknya *subscriber* yang ia miliki menunjukkan adanya daya tarik yang cukup besar terhadap konten yang ia muat. Konten mengenai tutorial kecantikan maupun mempromosikan suatu produk, menjadi konsumsi publik yang mengantarkan perempuan pada definisi cantik saat ini.

Banyaknya jumlah *subscriber* dan *viewer* yang dimilikinya membuat penulis tertarik untuk mengulik lebih dalam mengenai representasi “cantik” ala Tasya Farasya, diperkuat dengan banyaknya masyarakat khususnya perempuan yang mengelu-elukan namanya sebagai sosok panutan dunia *permakeupan* dan *perskincarean*.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode penelitian analisa semiotika. Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan tipe penelitian interpretatif. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya menggunakan model pemaknaan Barthes dikenal dengan model *signifikasi* dua tahap, yaitu dengan menginterpretasikan tanda kedalam dua tingkatan makna, denotasi, dan konotasi.

3. HASIL PEMBAHASAN

3.1. Konstruksi Kecantikan

Video Tasya Farasya dengan judul “*My First Video Ever*” merupakan video pertama yang diunggah di *youtube*. Bukan hanya mendapat banyak *viewers* video ini juga mendapat banyak pujian positif. Namun, dapat kita lihat arah dari pujian-pujian tersebut sebagian besar mengarah pada sebuah konsep dan defisini cantik yang direpresentasikan oleh Tasya Farasya. Banyak orang mengikuti apa yang disampaikan Tasya Farasya dan menjadikannya panutan. Berangkat dari video tersebut, apakah kemudian untuk dapat dikatakan “cantik” harus sesuai dengan apa yang direpresentasikan Tasya Farasya? Tentu saja tidak. Uraian dari hasil penelitian ini akan dijelaskan pada bagian selanjutnya, yang mana pada video ini ada beberapa hal yang menjadi poin utama peneliti, dan terbagi menjadi beberapa bagian.

Bagian pertama yaitu mengenai pembuka yang dalam hal ini peneliti sebut *the opening*. Pembuka menjadi bagian penting pada sebuah konten karena menjadi kesan pertama bagi penonton untuk melanjutkan menonton, memberi *like* atau *dislike* dan memberikan dukungan atau hujatan. Seperti pada judul dalam bab ini kata *Soft Glamour Make Up Look* juga diambil dari bagian pertama atau *opening*. *Soft Glamour Make Up Look* ini dapat diartikan sebagai tampilan yang lembut namun mempesona, dengan tampilan seperti itu Tasya Farasya mencoba merepresentasikan cantik versi dirinya.

Bagian kedua yaitu mengenai hal-hal dasar atau *basic*, dimana menurut Tasya bagian ini memegang peranan yang cukup penting agar kecantikannya berlangsung lama, terlihat lembut dan mempesona. Dalam bagian kedua ini akan dijelaskan mengenai penggunaan produk-produk dasar menurut Tasya Farasya yang diantaranya adalah *primer, foundations, concealer dan translucent powder*. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai produk tersebut secara rinci dan bagaimana masing-masing produk memegang peranan untuk merepresentasikan cantik versi Tasya Farasya.

Bagian ketiga yaitu bagian tampilan mata atau yang peneliti sebut dengan *the eyes*. Mata memegang peranan penting bagi tampilan seseorang. Konon mata mampu menjelaskan keadaan tanpa perlu berbicara. Perumpamaan tersebut menunjukkan bagaimana mata mampu menghipnotis orang lain. Dalam hal ini, Tasya Farasya berusaha menunjukkan kepada khalayak bagaimana mata mampu memberikan kesan yang berbeda dengan tambahan berbagai produk kecantikan diantaranya yaitu *eyeshadow* dan *eyebrow*.

The Key sebagai bagian ke empat akan mendeskripsikan bagaimana Tasya Farasya mampu membentuk wajahnya seakan ada yang berubah dari bentuk wajahnya, seperti meniruskan

pipi, membuat hidung lebih mancung dan sebagainya. Hal ini ia lakukan menggunakan sebuah produk yaitu *contour* dan *blush on*. Konstruksi cantik yang ada pada masyarakat kita salah satunya yaitu memiliki hidung yang mancung, hal ini pulalah yang kemudian di representasikan oleh Tasya Farasya.

Isu “cantik” selalu menjadi perhatian publik dan menjadi daya tarik bagi kebanyakan orang. Sebagaimana konsep cantik yang diusung media dan diterima secara umum, cantik selalu identik dengan putih, tinggi, langsing, berhidung mancung, dan berwajah mulus. Hal ini juga yang kemudian berusaha Tasya Farasya tampilkan di awal videonya. Dalam video pertama yang ia unggah dengan judul “*My First Video Ever*” yang dapat diartikan dalam Bahasa Indonesia “Video Pertama Saya”, Tasya Farasya mencoba menampilkan wajahnya yang cantik sempurna dengan riasaa, dengan begitu ia mencoba membuat penonton penasaran bagaimana mendapatkan tampilan secantik dirinya, dengan begitulah caranya menarik perhatian khalayak untuk menonton videonya.

Adegan pertama yang berakhir di detik ke 50 menunjukkan paras Tasya Warasya yang cantik dengan balutan *make up* yang akan ia jelaskan cara dan apa saja yang ia gunakan agar dapat tampil cantik seperti yang ia tunjukkan di awal videonya. Penanda yang ia tunjukkan dapat kita lihat bagaimana ia menggunakan kedua tangannya untuk mempertegas wajahnya dengan balutan *make up* sembari mengucap “*my first video ever*”. Kalimat tersebut berarti “ini adalah video pertama saya” dan dalam hal ini Tasya berusaha menunjukkan wajahnya secara lebih detail agar *make up* yang ia kenakan terlihat jelas.

Menjadi cantik versi Tasya Farasya ternyata cukup memerlukan banyak proses dan rangkaian. Hal paling mendasar yang ia tunjukkan untuk tampil cantik yaitu dengan menggunakan produk berupa *primer* kemudian ia lanjutkan menggunakan *foundations*, *concealer*, dan *tranclution powder*. Hal ini menjadi penting bagi dirinya, sebagaimana yang ia sampaikan dalam video, ia selalu menggunakan produk basic tersebut untuk menunjang riasan atau penampilannya. Lebih dari pada itu, Tasya Farasya juga menekankan produk-produk yang ia gunakan dan ia sukai sebagai salah satu pesan tersirat bagi *viewers* nya untuk menggunakan produk yang sama, sebagai salah satu strategi yang ia lakukan selaku *beauty vlogger* yang digandrungi masyarakat.

Penggunaan *primer* merupakan hal dasar yang sangat penting sebelum menggunakan serangkaian produk *make up* lainnya. *Primer* merupakan produk *make up* yang berfungsi untuk menciptakan dasar atau lapisan ekstra antara kulit dengan *make up*. Penggunaan *primer* menjadi penting dikarenakan fungsi dari *primer* itu sendiri yang dikutip dari sebuah artikel

(beautynesia.id, 2022) antara lain yaitu membuat *make up* lebih tahan lama, membuat tampilan halus, menyamarkan jerawat, mengurangi produksi minyak, dan melembabkan kulit. Dalam hal ini Tasya Farasya menggunakan produk *primer* yang berbeda merk sekaligus. Tujuan dari penggunaan *primer* dengan merk yang berbeda pun tak luput dijelaskan oleh Tasya Farasya.

Menurutnya cantik harus ditunjang oleh berbagai produk salah satunya yaitu *primer* ini. Seperti yang dikatakan oleh Jean Baudrillard sebuah hiperrealitas merupakan perekayasaan (dalam pengertian distorsi) makna. Hiperrealitas dan makna menciptakan satu kondisi, dimana kesemuanya dianggap lebih nyata daripada kenyataan, dan kepalsuan dianggap lebih benar dari pada kebenaran (Erika, 2019).

Tampil cantik ala Tasya berlanjut dengan menggunakan produk *foundation*. *Foundation* dapat diartikan sebagai alas bedak yang berfungsi untuk meratakan kulit wajah dan menutupi bekas jerawat, kulit tidak merata dan flek hitam. *Foundation* dianggap menjadi dasar penting dalam menggunakan *make up*. Hal tersebut juga diyakini oleh Tasya Farasya, sehingga ia menggunakan *foundation* sebagai salah satu step dalam *bermake up*, dan dapat menunjang hasil akhir riasannya. Tentunya hal ini menjadi penanda bagi masyarakat yang menyaksikan video tersebut, bahwa untuk tampil cantik maka mereka harus menggunakan *foundation* agar riasan mereka nantinya nampak sempurna.

Tasya menjelaskan kegunaan kedua *foundation* yang ia gunakan, produk pertama dapat menutupi tekstur wajahnya dengan sempurna (*fullcover*), sedangkan yang kedua berfungsi untuk membuat kulit wajahnya lebih bersinar (*glowing*), sesuai dengan kalimat yang ia ucapkan “yang ini benar-bener *fullcover*, tapi yang ini bikin kulit aku lebih *glowing*”. Kalimat ini menunjukkan bagaimana kegunaan dari kedua produk dan kombinasi yang ia lakukan. Petanda yang coba ia tunjukkan dengan kedua produk tersebut tentu dapat mengarah pada mitos seperti yang dikatakan oleh Barthes (dalam Hoed, 2011) bahwa sesuatu yang nampak belum tentu dapat dibuktikan kebenarannya. Dengan kata lain, produk yang ditunjukkan oleh Tasya belum tentu akan berfungsi sama pada orang lain. Belum tentu membuat seseorang nampak benar-benar bersinar (*glowing*) hanya jika ia menggunakan produk tersebut pada riasannya, sementara itu produk tersebut dianggap dapat membuat Tasya Farasya tampil cantik.

Penggunaan produk ini seolah menjadi penegas bahkan untuk menjadi “cantik” versi Tasya Farasya harus menggunakan beberapa *layer* atau lapisan dengan berbagai macam produk serupa, agar noda hitam, kerutan dan lainnya tertutup sempurna. Hal ini sejalan

dengan pendapat seorang ahli bahwa seorang perempuan terus menerus terkena praktik disipliner yang mana disiplin ini berkaitan dengan penampilan luar dari tubuh perempuan. Mereka harus menempelkan benda-benda asing dengan jumlah yang banyak untuk mengejar konfigurasi umum atau ‘kecantikan yang ideal’ (Bartky dalam Zaidan, 2020). Tanda dan makna denotatif terdapat jelas dalam video tersebut. Tasya berusaha menjelaskan produk dan menekankan bahwa produk tersebut menurut Tasya merupakan produk berkualitas dengan kalimat “benar-benar sebagus itu”.

3.2. Medium Youtube & Peran Youtuber

Tasya Farasya tahu betul kekuatan dan pengaruh yang ia miliki, hal ini terlihat dengan adanya penekanan di beberapa kata yang ia ucapkan seraya mempromosikan produk yang ia gunakan. Seperti yang kita ketahui, memiliki peran dalam mengkonstruksikan cantik. media dianggap secara sengaja mengkonstruksikan nilai atau wacana dominan, yang kemudian meresap dalam benak khalayak dan disetujui sebagai konsensus bersama (Hefni, 2011). Konsensus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu budaya mengenai standar kecantikan yang disepakati bersama. Tasya Farasya dalam hal ini merepresentasikan kecantikannya melalui berbagai produk yang ia gunakan dalam akun *youtube* nya yang meskipun ia tidak secara langsung menjelaskan bahwa dirinya sedang mengiklankan produk tersebut, akan tetapi secara tidak langsung ia telah menggiring opini publik tentang pentingnya menggunakan produk yang ia gunakan.

Representasi kecantikan ala Tasya Farasya membutuhkan proses yang panjang dan detail. Terlihat dari banyaknya komponen dan warna yang ia perlukan hanya untuk merias bagian matanya. Mata menjadi bagian paling menarik bagi sebagian orang. Begitupun bagi Tasya Farasya yang membubuhkan sentuhan disana sini pada area matanya. Mulai dari pewarna pada kelopak matanya yang dibuat menarik dengan *eyeshadow* dan juga alis yang tajam menggunakan *eyebrow*. Menurutnya penggunaan produk-produk tersebut dapat menunjang kecantikannya dan dengan cara tertentu yang coba ia jelaskan pada videonya.

Langkah selanjutnya dalam ber *make up* versi Tasya Farasya yaitu merias bagian matanya menggunakan sebuah produk bernama *eyeshadow* yang dalam bahasa Indonesia yaitu perona mata. Perona mata ini biasanya digunakan di atas kelopak mata atau di bawah alis. *Eyeshadow* berfungsi untuk membuat mata lebih menonjol atau lebih menarik.

Untuk menarik perhatian, mata dengan tampilan yang “*pop out*” versi Tasya Farasya menjadi penting bagi dirinya. Kelopak mata yang gemilau menurutnya merupakan sebuah

keharusan sebagai wujud dari representasi cantik. Kelopak mata dengan warna warna yang tercampur jadi satu seolah menjadi hal wajib untuk dapat dikatakan cantik. Namun, bukankah untuk dikatakan cantik, tidak harus menggunakan produk tersebut ? Menjadi cantik tidak melulu tentang sesuatu yang berkilau, berwarna warna, dan sebagainya, namun karena hal tersebut ditampilkan dalam media melalui *youtube* Tasya Farasya, hal itu menjadi sesuatu yang memantik perhatian publik. Hal ini selaras dengan pendapat Jean Baudrillard bahwa segala yang dapat menarik perhatian manusia seperti seni, kebutuhan sehari-hari, hiburan, dan lainnya, kemudian yang ditayangkan melalui media dengan gaya model yang ideal. Konsep model “*ideal*” seperti ini kemudian yang lantas akan menyebabkan batas garis antara simulacra dan kenyataan atau realitas menjadi campur aduk sehingga menjadikan sebuah hiperrealitas dimana yang nyata dan tidak nyata menjadi tersamarkan (tidak jelas) (Erika, 2019).

Alis bagi sebagian orang mungkin menjadi momok yang sangat penting. Terutama bagi perempuan yang rajin menggunakan *make up*. Alis yang simetris dengan warna yang sesuai merupakan dambaan mereka. Terlebih dengan adanya anggapan bahwa alis seseorang menunjukkan karakter yang ia miliki. Thomas White dan Larry B.Mellick (dalam Kholisah, Siti Nur :2019) dalam judul “*Debunking Medical Myths: The Eyebrow Shaving Myth*” menyimpulkan bahwa alis adalah rambut melengkung supraorbital pada bantalan kulit yang memberi bentuk dan karakter pada individu, melindungi mata dari keringat, sebagai identitas individu, pengenalan wajah dan komunikasi.

Masyarakat dalam hal ini yaitu perempuan secara konsisten dan terus menerus dipaksa untuk menerima, menumbuhkan, dan menerapkan legitimasi umum dimana cantik ideal diantaranya yaitu memiliki tubuh yang langsing, hidung yang mancung, dan pipi yang tirus. Oleh karenanya perempuan harus menempelkan benda-benda asing diwajahnya agar nampak cantik dan sesuai dengan kriteria publik. Nampak jelas adanya sebuah pendisiplinan tubuh dalam hal ini yang secara tidak langsung disampaikan oleh Tasya Farasya. Masyarakat yang ingin dikatakan cantik pada akhirnya menemukannya solusi yaitu dengan hadirnya produk dan konten kecantikan seperti Tasya Farasya yang dianggap sebagai ratu kecantikan atau *beauty queen*. Bentuk pipi yang tirus melalui sebuah *contour* wajah dianggap sebagai sesuatu yang nyata sehingga layak untuk diikuti dan di akui sebagai sebuah representasi cantik.

3.3. Kecantikan dan Perilaku Konsumtif

Tidak hanya dipaksakan menggunakan produk-produk kecantikan yang belum tentu sesuai dengan kebutuhan tubuh masing masing individu, masyarakat dalam hal ini perempuan juga dipaksakan untuk ahli membedakan dan menggunakan alat yang digunakan dalam bersolek. Foucault menjelaskan bahwa pemolesan tubuh harus disesuaikan dengan disiplin feminitas, selain tubuh direlaskan dengan alat-alat yang bersifat eksternal dari tubuh, tubuh dan/atau perempuan pun harus memiliki keahlian untuk menggunakannya. Perempuan yang tidak ‘merias’ tubuhnya atau tidak memiliki keahlian menggunakan make-up akan mendapatkan sanksi sosial (dalam Zaidan Yuris, Vol.5 No.2 : 2020).

Video di atas menggunakan salah satu bentuk *beauty blender* yang sangat sering digunakan yaitu berbentuk *raindrop* yang menyerupai telur atau tetesan air. Tasya Farasya nampak menggunakan *beauty blender* jenis ini untuk meratakan *foundation* pada wajahnya. Ia menuangkan sedikit produk ke tangannya lalu menempelkan *beauty blender* dan menempelkannya ke wajah. Cara Tasya Farasya menggunakan *beauty blender* menjadi tanda tersendiri untuk membuat ia terlihat cantik.

Video berjudul “25k makeup challenge” yang memperoleh 12,782,429 *views* dan beritanya pun tersebar dimana mana, salah satunya melalui media online membuat berita dengan judul “Make up Pake Balon, Video Awal yang Membuat Kekeyi Menjadi Viral” (kumparan.com : 2020) . Jika kita amati, keadaan tersebut menunjukkan adanya keharusan dimana untuk menghasilkan *make up* yang baik atau bagus dan terlihat cantik maka harus didukung dengan alat-alat yang memadai dan sesuai dengan fungsinya. Perempuan tidak hanya dipaksa menggunakan suatu produk tertentu untuk terlihat cantik, akan tetapi juga dituntut untuk mahir menggunakan alat penunjang *make up*.

Standar kecantikan Tasya Farasya ditunjang dengan berbagai hal dan alat, yang mana lagi lagi belum tentu sesuai dengan orang lain. Akan tetapi justru hal itu yang banyak digandrungi oleh khalayak khususnya perempuan. Kebanyakan dari mereka mendikte tubuh mereka terlalu keras, memaksakan diri dengan menjejalkan berbagai macam produk ke wajah yang berakhir *breakout* dan sebagainya. Tetapi begitulah realita yang ada pada masyarakat kita saat ini, mengikuti standar dan penilaian orang dirasa jauh lebih penting guna menunjang eksistensi ketimbang memperhatikan nilai kebutuhan diri sendiri.

Sesuatu yang menarik perhatian identik dengan sesuatu yang berwarna, seperti misalnya warna merona pada bibir seseorang. Bibir cenderung menjadi pusat perhatian karena melalui bibir orang nampak enak dipandang saat tersenyum, saat berbicara. Tentunya, bibirpun tak

luput direpresentasikan oleh seorang Tasya Farasya. Ia menunjukkan bagaimana cara mendapatkan tampilan atau warna bibir yang menarik dengan menggunakan produk berupa lipstick. Tak luput, ia pun menyebutkan produk yang ia gunakan, bagaimana ia menggunakan produk tersebut, yang mana jelas menunjukkan makna tertentu.

Lipstik yaitu sebuah pewarna bibir atau dalam bahasa Indonesia juga disebut gincu. Lipstik diperuntukan untuk mewarnai bibir dan menyempurnakan riasan atau *make up*. Pada dasarnya sejak lahir manusia sudah memiliki warna bibir yang pada umumnya berwarna merah. Warna lipstik dianggap memiliki peran penting bagi penampilan perempuan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perempuan yang selalu menggunakan lipstik dalam berbagai kegiatan. Hampir setiap perempuan menggunakan lipstik untuk tampil di publik. Sebuah penelitian bahkan menyebutkan bahwa lipstik menjadi sebuah hegemoni publik yang dilakukan oleh penguasa untuk medisiplinkan perempuan. Sehingga perempuan ketergantungan dan tidak bisa lepas dari produk kecantikan khususnya lipstik yang diperkuat melalui *vlog* para *beauty vlogger* (Mardiah, 2019)

Nampak jelas makna konotatif yang coba disampaikan oleh Tasya Farasya dimana ia ingin tampil cantik dengan perpaduan warna yang menarik dan selaras dari lipstik yang ia gunakan. Menurutnya penggunaan kombinasi warna lipstiknya ini mampu membuatnya terlihat cantik sempurna dan sesuai dengan keseluruhan tampilan *make up* nya. Ia mencoba mengatakan bahwa tampilan seperti itu membuatnya nampak cantik dan diterima oleh khalayak.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan Tasya Farasya merepresentasikan cantik dengan menggunakan *make up* seperti menggunakan *foundations*, *bedak*, *countur*, *alis*, *eyeshadow*, *blush on*, *lipstik*, dan sebagainya. Menurutnya cantik dapat diubah atau dibentuk melalui penggunaan *make up* yang baik seperti menggunakan pelembab untuk wajah tampil *glowing* dan halus, *mengcontour* wajah agar pipi nampak tirus dan hidung nampak mancung, menggunakan *blush on* agar pipi nampak merona, menggunakan *eyeshadow* agar mata nampak menyala, menggunakan lipstik agar nampak berwarna. Representasi cantik yang ditampilkan bukan hanya pada wajah namun juga pengaruhnya terhadap budaya konsumtif. Melalui chanel *youtube* nya Tasya Farasya memberikan pengaruh kepada *viewers* nya ketika menampilkan produk tertentu yang ia gunakan. Hal ini mendorong *viewers* nya untuk

memorong secara besar besaran produk yang ia promosikan. Dengan kata lain chanel *youtube* Tasya Farasya memberi pengaruh yang kuat terhadap pertumbuhan kapitalisme.

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. 2011, *Cultural Studies*. Kreasi Wacana: Bantul.
- Barron, dan Donn. 1991, *Social Psychology Understanding Human Interaction*. Allyn dan Bacon : Boston.
- Baudrillard, Jean. 1994, *The Procession of Simulacra. Simulacra dan Simulation*. The Univercity of Michigan Press: United States of America.
- Creswell, John W. 2013, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Method*. Edisi ke-3. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Doyle Paul Johnson. 1986, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. PT Gramedia: Jakarta.
- Febriana, Mitha/Pengaruh Online Consumer Review Oleh *Beauty vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian/Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/2018/Vol. 58 No. 1/Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id
- Fischer.2014. *Make up, Youtube and Ameteur Media in the the Twenty-First Century*. Universitas of Calgary
- Hoed, Benny H. 2014, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Komunitas Bambu : Depok.
- Koentjoroningrat. 2009, *Pengantar Ilmu Antropologi*. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Kurniawan, Yovi Dwi 2022, *Semiotika Roland Barthes Dalam Menganalisis Representasi Tubuh Ideal (Studi Kasus Channel Youtube Deddy Corbuzier)*. Jurnal Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (Unesa)
- Mangkunegara.2005, *Manajemen Sumber daya Manusia. Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Margaretha, Selu. 2001, *Hiperrealitas dan Ruang Publik*. Penaku : Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2007, *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakary: Bandung.
- Nasrullah, Rulli. 2016, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana Prenadamedia Group : Jakarta.
- Nurdiana, Ayu dan Nurma Yuwita. 2022, *Representasi Kecantikan Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Video Tutorial MakeUp Beauty Vlogger Tasya Farasya Di Youtube)*. Jurnal Komunikasi dan Penyaiaran Islam (Agama Islam Sunan Kalijaga Malang) Vol. 3 No. 1
- Poerwardarminta. 2007, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta
- Poloma, Margaret M. 2007, *Sosiologi Kontemporer*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Raho, Bernard. 2007, *Teori Sosiologi Modern*. Prestasi Pustaka: Jakarta.
- Ritzer, George dan Douglas J.Goodman. 2014, *Teori Sosiologi dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Posmodern*. Kreasi Wacana : Yogyakarta.
- Robinson, Philip. 1986. *Beberapa Perspektif Sosiologi Pendidikan*. Rajawali : Jakarta.

Rumondang.2018, *Pengaruh Youtube Beauty vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 63 No. 1

Setiadi, Elly M dan Usman Kolip. 2010, *Pengantar Sosiologi*. Kencana Media Grup: Jakarta.

Soenarto, Kamanto. 1993, *Pengantar Sosiologi*. Lemabaga Penerbit FE UI : Jakarta.

Tambunan, Tulus. 2001, *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Ghalia Indonesia: Jakarta

Wardhani. 2009, *Riset Sumber Daya Manusia*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Wulan. 2017, *Pengaruh Beauty vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol. 47 No.1.