

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai obyek penelitian yaitu efektivitas media sosial *Youtube* yang menjadi bahan penelitian dengan konten video tutorial *make up*. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen untuk mengetahui hasilnya.

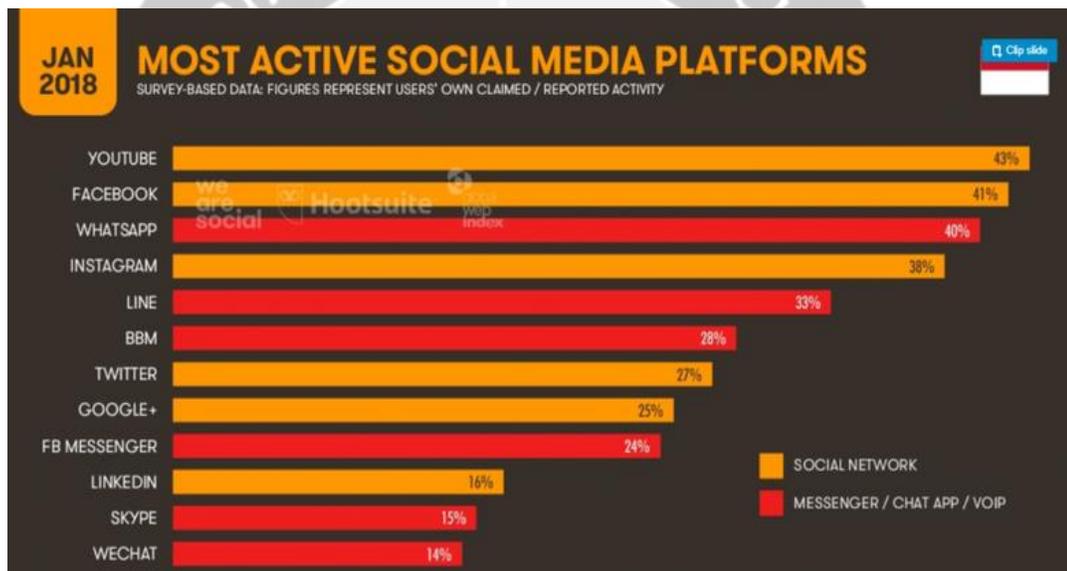
A. Gambaran Umum *Youtube*

Youtube merupakan teknologi moderen yang berbasis komputer, yang saat ini banyak diakses oleh masyarakat di seluruh dunia. *Youtube* merupakan media pembelajaran bagi publik dan sebagai pedoman pembelajaran, sehingga publik dapat belajar melalui materi yang disampaikan di *Youtube* melalui video yang berupa gambar dan suara. *Youtube* merupakan media pembelajaran yang secara langsung bisa kita ikuti dan praktekkan. Mudahnnya mengakses media *Youtube* itu sangat membantu masyarakat untuk belajar, dilihat pada zaman sekarang ini hampir semua dari masyarakat Indonesia khususnya yang memiliki *gadget*. Banyaknya inovasi dan kreatifitas yang ditayangkan di *Youtube* membuat publik tidak merasa bosan. *Youtube* merupakan salah satu media sosial yang bisa diakses oleh seluruh masyarakat di dunia. Di dalam media sosial *Youtube* terdapat berbagai macam konten video. Tidak hanya untuk sekedar hiburan semata namun juga sebagai edukasi bagi masyarakat yang ingin mempelajari sesuatu. Hal tersebut seperti yang dikatakan *Head of Consumer Marketing Google Indonesia* Fibriyani Elastria bahwa video tutorial *make*

up merupakan video yang paling banyak dicari dan di tonton seperti apa yang diungkapkan dalam detik.com

“Konten lain yang juga banyak digemari, lanjut Fibri, ada pada How to atau tutorial. Biasanya, masyarakat juga menyukai konten seperti tutorial make up, cara memasak, hingga tips meraih kesuksesan.” Yang ketiga How to, biasanya pengguna suka konten beauty atau seperti channel success before 30 itu kan juga banyak yang diminati,” lanjutnya. Fibriyani Elastria, konferensi pers *Youtube* FanFest 2018 di Surabaya, Jumat (31/8/2018) detik.com.

Berikut adalah grafik mengenai presentase media sosial di dunia.



Gambar 2.1 Presentase Penggunaan Media Sosial di dunia
Sumber: www.tekno.kompas.com

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa media sosial *Youtube* menduduki presentase paling tinggi yang berarti bahwa media sosial *Youtube* banyak diakses dan digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia.

Dari tingkat dunia dilihat dari wilayah Indonesia internet dari tahun ke tahun juga mengalami peningkatan. Hal tersebut dilihat dari survey data yang dilakukan APJIII. Peningkatan penggunaan internet juga dipengaruhi dari kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dan membutuhkan internet untuk memudahkan mendapatkan informasi.



Gambar 2.2 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : www.apjiii.or.com

Dari gambar di atas yang menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Adanya peningkatan tersebut dikatakan bahwa masyarakat di Indonesia yang membutuhkan internet cukup besar mulai untuk kebutuhan pendidikan dan juga untuk hiburan. Hal tersebut membuktikan bahwa internet merupakan salah satu hal yang penting bagi

masyarakat Indonesia. Salah satu dari media sosial yang dibutuhkan masyarakat Indonesia yaitu media sosial *Youtube* yang juga memiliki peningkatan pengunjung, dari hal tersebut dapat dilihat dari data jurnal dari UST

Sukarni (2012) dalam jurnal UST berpendapat bahwa keunggulan *Youtube* sebagai media pembelajaran yaitu:

- a. *Potensial* yaitu *Youtube* merupakan situs yang paling populer di dunia internet dan diketahui oleh masyarakat diseluruh dunia, saat ini yang mampu memberikan *edit value* terhadap pendidikan.
- b. *Praktis* yaitu *Youtube* mudah diakses dimana saja untuk digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan.
- c. *Informative* yaitu *Youtube* memberikan informasi tentang perkembangan ilmu pada saat ini seperti pendidikan, teknologi, kebudayaan,dll.
- d. *Interteraktif* yaitu *Youtube* memfasilitasi kita untuk berdiskusi ataupun melakukan tanya jawab kepada pengunggah *Youtube* bahkan mereview sebuah video pembelajaran.
- e. *Shearable* yaitu *Youtube* memiliki fasilitas link HTML, Embed kode video pembelajaran yang dapat di *share* di jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter* dan juga *blog/website*.
- f. *Ekonomis* yaitu *Youtube* gratis untuk semua kalangan hanya saja untuk dapat mengakses *Youtube* membutuhkan jaringan internet.

Dari penjelasan Sukarni di atas bahwa *Youtube* memiliki keunggulan, hal tersebut dianggap publik sangat membantu. Adanya *Youtube* saat ini membantu proses belajar baik dari kalangan anak-anak hingga kalangan dewasa. Dalam penelitian ini konten *Youtube* yang dijelaskan adalah mengenai video tutorial *make up*. Video tutorial *make up* yang memberikan pembelajaran kepada para audiens mengenai cara menggunakan alat *make up* dan mengaplikasikan bagaimana cara mengaplikasikan *make up*.

B. Konten *Youtube* (Video Tutorial *Make up*)

Peneliti memilih konten video tutorial *make up* di *Youtube* digunakan sebagai bahan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode eksperimen yaitu dengan pengamatan secara langsung oleh peneliti. Banyak unggahan video tutorial *make up* di *Youtube* yang memudahkan audiens dalam memilih sesuai dengan keinginan tutorial *make up* yang seperti apa. Video tutorial *make up* digunakan audiens sebagai contoh atau sebagai pedoman ketika mereka akan mengaplikasikan *make up*. Di dalam video tutorial *make up* berisi pembelajaran yang dilakukan secara bertahap dan secara langsung dilakukan oleh *Youtuber*. Konten video tutorial *make up* menggunakan salah satu unggahan dari sekian banyak video tutorial *make up* yaitu video tutorial *make up* bagi pemula yang diunggah oleh Michelle Saragih. *Chanel* video tutorial *make up* milik Michelle Saragih yang peneliti gunakan adalah tentang *make up* untuk pemula.



Gambar 2.3 Video tutorial *make up* Michelle Saragih. Sumber: Youtube 2019

Dari video tutorial *make up* tersebut bisa dilihat bahwa sudah sebanyak 7.181.037 ditonton oleh publik. Dari jumlah penonton tersebut dipastikan bahwa memang *channel* dari video yang di upload oleh Michelle memang banyak yang dicari orang yang ingin belajar mengaplikasikan make up. Dari penonton tersebut sebanyak 39 ribu orang menyukai, sehingga dapat dikatakan bahwa *channel* tersebut dapat memberikan edukasi bagi publik khususnya orang yang tidak bisa mengaplikasikan make up. Alasan peneliti memilih *channel* video tutorial *make up* dari Michelle

Saragih adalah video tersebut termasuk video yang mudah untuk dipahami bagi orang awam yang tidak mengetahui tentang *make up*.

C. Sasaran

Hal tersebut dapat dilihat dari penelitian ini dengan subyek kalangan remaja hingga ibu-ibu, dimana penelitian ini ingin melihat efektivitas media *Youtube* mengenai video tutorial *make up*. Obyek yang dipilih oleh peneliti adalah di daerah kelurahan Bumijo, kecamatan Jetis wilayah DIY. Dipilihnya daerah tersebut karena dekat rumah peneliti sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian dan mengamati. Peneliti memilih kalangan remaja perempuan yang berumur mulai dari 17 tahun hingga 35 tahun. Dipilihnya kriteria umur tersebut dikarenakan peneliti tidak memiliki kriteria khusus untuk menyeleksinya, hanya saja peneliti berpatkan kepada audiens yang tidak bisa mengaplikasikan *make up*. Masa remaja dan pubertas yang sudah mulai matang, pada masa usia pubertas inilah kebanyakan remaja ingin mempunyai rasa yang berbeda dan juga mulai membutuhkan *make up*. Hal tersebut ditunjukkan penampilan berbeda mulai dari pakaian hingga menggunakan *make up* untuk tampil lebih cantik. Dari penjelasan di atas maka peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan cara eksperimen yaitu secara langsung mengamati audiens menonton video tutorial *make up* di *Youtube*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas media *Youtube* dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Efektivitas diukur dari pengaruh yang terjadi pada audiens. Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa penelitian ini menyoar pada kalangan remaja hingga dewasa. Penelitian ini melibatkan salah satu MUA (*Make Up Artist*) dari Yogyakarta yaitu Galih Setiawan yang sudah memulai karir menjadi MUA sejak tahun 2016 sampai sekarang. Galih menjadi MUA setelah mendapat sertifikat *make up* dari Mezzo, dimana Mezzo ini sudah mempunyai pengalaman *make up* yang cukup bagus. Berikut adalah sertifikat yang didapatkan Galih



Gambar 2.4 Sertifikat juri, Sumber: Dokumentasi pribadi

Penelitian ini melihat perubahan yang terjadi pada diri audiens, secara langsung diamati oleh peneliti dan secara langsung dinilai oleh juri meliputi beberapa

point yang terdapat dalam lembar penilaian. Penelitian dilaksanakan bertempat di *basecamp* jalan kranggan pada pukul 16.00 WIB. Penelitian ini menggunakan video sebagai bukti bahwa penelitian eksperimen sudah dilakukan peneliti.

