

**PENGARUH TAYANGAN BEAUTY VLOGGER CHANNEL
YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF REMAJA**

(Survei pada Siswi SMA Yadika 5 Jakarta)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Dina Ariska

051503503125023

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2020

***THE EFFECT OF BEAUTY VLOGGER ON CHANNEL
YOUTUBE TASYA FARASYA TOWARDS TEENAGER
CONSUMTIVE BEHAVIOUR***

(Survei of Yadika 5 Jakarta High School Students)

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a degree

Bachelor of Communication Science



Arranged by :

Dina Ariska

051503503125023

***SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA
FACULTY SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE***

JAKARTA

2020

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Dina Ariska
NIM : 051503503125023
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunukasi
PEMINATAN : Jurnalistik
PENGARUH BEAUTY VLOGGER CHANNEL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA (Survei pada Siswi SMA Yadika 5 Jakarta)
Jumlah Halaman : xvii + 121 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 23 Buku, 3 Skripsi, 2 Jurnal, 10 Internet.

ABSTRAK

Keberadaan media sosial mampu menambah informasi mengenai dunia kecantikan melalui tayangan yang ditampilkan di Youtube. Tingginya tingkat penggunaan media sosial dapat meningkatkan kemungkinan timbulnya perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tayangan *Beauty Vlogger* Tasya Farasya terhadap Perilaku Konsumtif Remaja.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification* dan teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Yang memberikan kejelasan dengan pengguna aktif di media sosial Youtube. Konsep-konsep yang digunakan adalah **Komunikasi**, *New Media*, Media Sosial, Video Blog (*Vlog*), Perilaku Konsumtif, Remaja.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, metode yang digunakan adalah survey, jumlah populasi sebanyak 288 jiwa 74 responden sebagai sampel.

Dalam uji korelasi nilai signifikan 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* 0,799, dalam uji koefisien determinasi 0,638 atau 63,8%, dalam uji regresi nilai X 0,735, dan dalam uji parsial (T) nilai signifikan 0,000 dan nilai t_{hitung} 11,264.

Terdapat korelasi kuat antara X dan Y, terdapat pengaruh Tayangan *Beauty Vlogger* Tasya Farasya terhadap Perilaku Konsumtif Remaja.

Kata Kunci : Video Vlog, Perilaku konsumtif, Remaja.
Pembimbing I : Sandra Olifia, M.Si
Pembimbing II : Agus Budiana, M.Ikom

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

NAME : Dina Ariska
NIM : 051503503125023
STUDY PROGRAM : Communication Studies
Specialization : Journalism
THE EFFECT OF BEAUTY VLOGGER ON CHANNEL YOUTUBE TASYA FARASYA TOWARDS TEENAGER CONSUMTIVE BEHAVIOUR (Survei of Yadika 5 Jakarta High School Students)
Number of Pages : xvii + 121 Pages + Attachments
Bibliography : 23 Books, 3 Thesis, 2 Journals, 10 Internet.

ABSTRACT

The existence of social media provides information about the world of beauty through impressions that are displayed on Youtube. The high level of use of social media can also increase the likelihood to behave consumptively. The research aims to determine the effect of Beauty Vlogger Tasya Farasya on consumptive behavior of adolescents.

The theory used in this research is Uses and Gratification theory, and Computer Mediated Communication (CMC) theory. Which provides clarity on active users of media social youtube. The concepts used are communication, new media, media social, video blogs (vlogs), consumptive behaviour, adolescent.

This research uses quantitative approach to the type of explanative, , the method used is a survey, the total population of 288, 74 respondents as a sample.

In the correlation test the significance value is 0,000 and the Pearson Correlation value is 0.799, in the determination coefficient test is 0.638 or 63.8%, in the regression test value is x 0.735, and in the partial test (T) the significant value is 0,000 and the t-test value is 11.264.

There is a strong correlation between x and y, there is an influence of Tasya Farsya's Beauty Vlogger impression on Teen consumptive behavior.

Keywords : Video Vlogs, Consumptive Behaviour, Teenager
Advisor I : Sandra Olifia, M.Si
Advisor II : Agus Budiana, M.Ikom