

Analisis Resepsi Penonton Wanita Mengenai Kecantikan di Channel Youtube Nanda Arsyinta

Oleh:

Ayu Pakarti

Kukuh Sinduwiatmo

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

Pada dasarnya kecantikan adalah sebuah anugerah yang dimiliki oleh setiap wanita dan menjadi hal penting yang menjadikan pusat perhatian pada umumnya. Konsep Kecantikan adalah bagian yang mencakup ukuran-ukuran tubuh (fisik) dan mental atau kepribadian (*iner beauty*) dengan ukuran standar yang berbeda-beda, sehingga secara keseluruhan melahirkan kecantikan sejati.

Sejalan dengan kebutuhan untuk mempercantik diri pun kini menjadi prioritas utama bagi kaum wanita dalam menunjang penampilan sehari-hari. Wanita akan selalu berusaha untuk mengubah penampilan atau mempercantik diri dengan menggunakan kosmetik.

Klinik kecantikan merupakan tempat yang memberikan pelayanan seputar perawatan wajah dan perawatan kulit, pelayanan perawatan kulit dan wajah ini meliputi peremajaan kulit, pencerahan kulit wajah dan memperbaiki masalah dan kekurangan yang muncul pada kulit, rambut, kuku, dan lain sebagainya.

YouTube ialah *media berbagi video* yang didirikan pada tahun 2006 dan kini menjadi *platform* terdepan bagi konsumen untuk mencari mengenai sebuah produk Indonesia memiliki 146 juta akses internet. Dari total penonton tersebut, terdapat 50 juta pengguna aktif YouTube setiap bulannya.

Nanda Arsyinta merupakan Beauty Vlogger yang memiliki 1,61 juta *subscriber*, *channel* YouTube Nanda Arsyinta dibuat pada 21 desember 2010.

Resepsi ini memahami suatu proses pembuatan makna (*making meaning process*) yang dilakukan audiens pada saat mengonsumsi tayangan maupun sinema serial pada televisi. Analisis Resepsi juga digunakan untuk melihat dan memahami respon, suatu penerimaan, sikap, maupun makna yang diproduksi, diolah dan dibentuk oleh penonton.

Teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953. Teori ini berasal dari psikologi, kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena objek psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia terdiri dari komponen persepsi (sikap dalam berfikir), afeksi dan konasi (sikap dalam bertindak).

Rumusan Masalah

Bagaimana Resepsi Penonton Wanita Mengenai Kecantikan di Channel YouTube Nanda Arsyinta

Metode

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah deskriptif kualitatif, menggunakan Analisis Resepsi. Teknik dalam memperoleh informan, yaitu key person.

Lokasi dalam penelitian ini bertempat di Channel Youtube Nanda Arsyinta. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, informan yang dituju adalah dengan kategori *subscriber* Nanda Arsyinta, melihat lebih dari 5x video di channel youtube Nanda Arsyinta, dan berumur 18-25 tahun.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan video call di Instagram. Peneliti memilih 7 informan yang dapat meresepsikan pendapatnya terkait channel youtube tersebut, informan juga telah melihat beberapa video di channel youtube Nanda Arsyinta sebelumnya dan memahami makna yang terkandung dalam video itu.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) ini dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953 yang menjelaskan bahwa ada tiga unsur penting dalam teori S-O-R ini yaitu : *Stimulus* (pesan), *Organism* (kelompok) dan *Response* (Respon). Berikut adalah hasil penelitian setelah mengumpulkan dan mengelompokkan data dari informan melalui wawancara, maka ditemukan pembahasan sebagai berikut:

•Stimulus

Peneliti memberikan pertanyaan seputar rangsangan seperti penginderaan (indera penglihatan dan indra pendengaran) yang berhubungan dalam penerimaan informasi. Proses sensasi menentukan apakah informan dapat menerima informasi dengan baik atau tidak. Pada hasil penelitian sebelumnya terdapat sebanyak 89% informan dalam kondisi mudah dalam memahami pesan karena pesan yang disampaikan oleh Nanda Arsyinta selalu menggunakan bahasa sehari-hari sehingga membuat mudah dipahami oleh informan dan 73% informan merasa mudah dalam mempraktikkan pesan yang telah informan tonton dan dengarkan di channel youtube Nanda Arsyinta karena Nanda Arsyinta menjelaskan pesan dalam channel youtubanya sangat jelas dan efektif. Selain itu juga ditemukan banyak informan yang sering melihat dan mendengarkan pesan kecantikan di channel youtube Nanda Arsyinta karena konten yang disuguhkan menyenangkan, efektif dan mudah dipahami, artinya banyak informan yang menyukai dan paham akan pesan yang disampaikan oleh Nanda Arsyinta.

- Organism (Organisme)

Peneliti memberikan pertanyaan seputar seberapa minat organisme (*subscriber*) pada pesan kecantikan di channel youtube Nanda Arsyinta seperti seberapa suka dan sering informan melihat dan mendengar pesan yang disampaikan. Pada hasil penelitian terdapat sebanyak 86% informan suka dan memahami video di channel youtube Nanda Arsyinta mereka mengaku suka ketika Nanda Arsyinta menjelaskan pesan yang dia sampaikan, tidak bertele-tele, *to the point* dan konten dalam videonya dikemas secara menyenangkan sehingga jelas dan membuat penonton terhibur sekaligus mendapatkan informasi seputar kecantikan yang berguna untuk belajar cara merawat diri. Terdapat 66% informan yang termotivasi dengan pesan kecantikan yang Nanda Arsyinta berikan, informan merasa produk yang di *review* oleh Nanda cocok dan menarik untuk mereka, informan juga mengaku membeli produk yang Nanda Arsyinta *review* dalam konten channel youtubenya jika informan memiliki minat dengan produk tersebut dan merasa produk tersebut cocok untuk kulit mereka. Adapun 15% informan yang tidak membeli produk yang Nanda Arsyinta *review*, informan merasa tidak semua produk yang cocok di Nanda Arsyinta juga akan cocok pada mereka.

- Response (Respon)

Hasil Resepsi penonton wanita mengenai kecantikan di channel youtube Nanda Arsyinta adalah channel youtube Nanda Arsyinta sangat menarik, memotivasi dan menginspirasi para wanita untuk belajar dan memahami cara merawat serta merias wajah mereka. Para informan mengaku konsep dan isi pesan yang ada dalam konten youtube Nanda Arsyinta memiliki ciri khas yang menarik dan seru untuk dinikmati. Ada banyak informan yang merasa terbantu dengan kehadiran channel youtube Nanda Arsyinta dalam hal kecantikan, informan merasa setelah menonton channel Nanda Arsyinta membuat mereka jadi lebih percaya diri karena merasa lebih cantik dari sebelumnya yang tidak memahami cara merias dan merawat tubuh mereka. Adapun infoman tertarik dengan suatu pesan yang disampaikan oleh Nanda Arsyinta dan mereka mencatatnya dan mengaplikasikannya dalam sehari-hari ketika mereka merias diri

Manfaat Penelitian

- Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadikan kontribusi secara khusus teori yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini teori resepsi mengembangkan dan memberikan referensi untuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo khususnya bagi Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial (FBHIS) pada program ilmu komunikasi dalam mengkaji secara mendalam Resepsi Wanita Mengenai Kecantikan di Channel YouTube Nanda Arsyinta.

- Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi para masyarakat dalam menggunakan produk-produk kecantikan dengan tepat dan benar.
2. Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi khalayak aktif tentang resepsi wanita mengenai kecantikan.

Referensi

- D. Aprilita, L. (2016). Reprerentasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @bidadarisurga dan @papuan_girl). Jurnal Paradigm, 8
- Inayah, Risa Nur. 2020. Analisis Resepsi Kecantikan Dalam Video Youtube Abel Cantika “Wardah One Brand Makeup Tutorial. JOM FISIP 7 (2)
- Ko, & Wu. (2017). *Exploring the Determinants of Viewers Loyalty Toward Beauty Youtubers. Proceedings of the 2017 International Conference on Education and Multimedia Technology.*
- Lepisto, & Vahajylkka. (2017). *Youtubers the Impact on Viewers Buying Behavior.*
- Mailasari, Sri Hesti, and Umaimah Wahid. 2020. “Audience Reception Analysis of Message Content in Wardah Cosmetics 'Long Lasting Lipstic Feel The Color.'” *Communication Journal*, 11 (1): 1–8
- MarkPlus.Inc. (2018). ZAP Beauty Index 2018: ZAP Clinic.
- Meiliana, A. (2018). Menjelajahi Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan.
- Multazam, M. (2021). Resepsi Penata Rias Mengenai Kecantikan Dalam Beauty Vlog Tasya Farasya di Youtube. Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Purbayanti, M. (2020). Reception Analysis Remaja terhadap Perempuan Tentang Konsep Kecantikan dalam Iklan Kosmetika Commoline Magazine. 5.

- Pusung, Florence., Brigitta Revia., Yuli Nugraheni. (2020). Penerimaan Penonton Perempuan Mengenai Kecantikan Perempuan Melalui Corporate Advertising SK II “Bare Skin Project”. Jurnal SCRIPTURA 10(2) 85-96.
- Suseno, & Dewi. (2014). Hubungan antara ketidakpuasan bentuk tubuh dengan intensi melakukan perawatan tubuh pada wanita dewasa awal. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Syata, N. (2016). Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi . Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas.
- Wibowo, & Pandu. (2013). Perancangan Interior Klinik Kecantikan Berbasis Eco-Design. Surabaya.
- Saitkasimova, K. (2015). *The Beauty Blogging Phenomenon and the Effect Beauty Bloggers Have on Their Readers.*
- Lepisto, & Vahajylkka. (2017). *Youtubers the Impact on Viewers Buying Behavior.*

