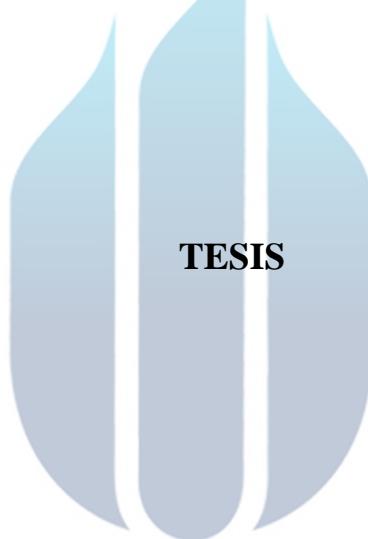




**KONSTRUKSI *SOCIAL MEDIA ENTREPRENEURSHIP*
*BEAUTY VLOGGER PADA YOUTUBE***



OLEH
EVI FAUZIAH
55218110023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



**KONSTRUKSI SOCIAL MEDIA ENTREPRENEURSHIP
BEAUTY VLOGGER PADA YOUTUBE**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

OLEH

EVI FAUZIAH
55218110023

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Evi Fauziah
NIM : 55218110023
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Industri Media dan Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Konstruksi Social Media Entrepreneurship Beauty Vlogger pada YouTube

Jakarta, 7 September 2021

Dosen Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn, Ph.D)

MERCU BUANA



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Evi Fauziah
NIM : 55218110023
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Industri Media dan Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Konstruksi Social Media Entrepreneurship Beauty Vlogger pada YouTube

Jakarta, 7 September 2021

Dosen Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn, Ph.D)

MERCU Bu NA

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Evi Fauziah

NIM : 55218110023

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “Indonesian Beauty Vlogger: YouTube as Social Engineering Tools for Z Generations”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 30 Agustus 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 24%

Jakarta, 30 Agustus 2021
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS MERCU BUANA


Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Konstruksi Social Media Entrepreneurship Beauty Vlogger pada YouTube
Nama : Evi Fauziah
N I M : 55218110023
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 7 September 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 13 September 2021



(Evi Fauziah)

ABSTRACT

The internet has an important role in increasing people's communication, work, and doing business. Social media as a site that allows people to create online communities and content sharing by users. Data from the Global Digital 2021 Reports from We Are Social and Hootsuite shows that YouTube is the social media platform with the highest 93.8 percent users in Indonesia compared to other social media. Followed by the emergence of a new entrepreneurial community on YouTube. Beauty vlogger as a beauty video maker on YouTube earns income from the video content uploaded.

The purpose of this study is to explain how the Social Media Entrepreneurship Beauty Vlogger construction manages YouTube accounts to generate profits by producing content and analyzing it from the perspective of Social Construction of Technology.

The theory in this study is the theory of new media by Denis McQuail, the concept of social media entrepreneurship by Uyesi Berat Cicek, and the theory of social construction of technology by Trevor Pinch and Wiebe Bijker. This type of research is qualitative using case study methods and constructivist paradigms. Data collection was obtained by in-depth interviews with five beauty vloggers and observations.

The results of this study are beauty vloggers see that there is an opportunity for entrepreneurship on YouTube and then take content management more seriously. Social media entrepreneurship infrastructure consists of brilliant ideas, innovation, and internet access. Beauty vloggers earn from YouTube content production, making this profession as a hobby, main source of income, and career support.

Keywords : Social Media Entrepreneurship, Beauty Vlogger, YouTube

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Internet memiliki peran penting dalam peningkatan orang berkomunikasi, bekerja, dan melakukan bisnis. Sosial media sebagai situs yang memungkinkan orang untuk membuat komunitas online dan *content sharing* oleh pengguna. Data dari Global Digital 2021 Reports dari We Are Social dan Hootsuite menunjukkan bahwa YouTube adalah platform sosial media dengan users tertinggi 93,8 persen di Indonesia dibandingkan dengan sosial media lainnya. Diikuti dengan munculnya komunitas entrepreneurship baru pada YouTube. Beauty vlogger sebagai pembuat video kecantikan di YouTube mendapat penghasilan dari konten video yang diunggahnya.

Tujuan penelitian ini untuk memaparkan bagaimana konstruksi *Social Media Entrepreneurship* Beauty Vlogger mengelola akun YouTube hingga menghasilkan keuntungan dengan memproduksi konten dan menganalisisnya dari perspektif *Social Construction of Technology*.

Teori dalam penelitian ini adalah Teori Media Baru oleh Denis McQuail, konsep *Social Media Entrepreneurship* oleh Uyesi Berat Cicek, dan Teori *Social Construction of Technology* oleh Trevor Pinch dan Wiebe Bijker. Jenis penelitian adalah kualitatif menggunakan metode studi kasus dan paradigma konstruktivis. Pengumpulan data diperoleh dengan wawancara mendalam terhadap lima orang beauty vlogger dan observasi.

Hasil penelitian ini yaitu beauty vlogger melihat ada peluang entrepreneurship di YouTube kemudian melakukan pengelolaan konten yang lebih serius. Infrastruktur social media entrepreneurship terdiri dari ide brilian, inovasi, dan akses internet. Beauty vlogger mendapat penghasilan dari produksi konten YouTube, menjadikan profesi ini sebagai hobi, penghasilan utama, dan pendukung karir.

Kata kunci : *Social Media Entrepreneurship*, Beauty Vlogger, YouTube

MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan ridha-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis dengan judul “Konstruksi *Social Media Entrepreneurship Beauty Vlogger* Pada YouTube”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn, Ph.D sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan memberikan kepercayaan kepada saya hingga penulisan tesis ini dapat saya selesaikan.
2. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si selaku penguji pada seminar proposal dan seminar hasil tesis saya.
3. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Prof. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya.
6. Segenap pimpinan dan jajaran staf administrasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang mendukung penulis dalam proses penyelesaian tesis ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana yang selalu memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Tidak lupa penulis juga menyampaikan terima kasih kepada kedua orangtua dan suami, M. Riska Nurhidayat, yang terus mendukung dalam doa dan dukungan psikologis yang tidak terhingga besarnya. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk pimpinan dan teman-teman di Direktorat Program dan Produksi LPP RRI yang memberikan dukungan bagi penulis. Terakhir penulis sampaikan terima kasih kepada diri penulis sendiri yang telah berdoa, berusaha, dan bekerja keras supaya penelitian ini dapat diselesaikan sebaik-baiknya. Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat untuk orang banyak dan menjadi inspirasi bagi penelitian ilmiah berikutnya.

Jakarta, 31 Agustus 2021



Evi Fauziah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Identifikasi Masalah.....	10
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	33
3.2 Paradigma Penelitian.....	33
3.3 Metode Penelitian	34
3.4 Key informan dan informan.....	36
3.5 Jenis dan sumber data	39
3.6 Teknik pengumpulan data	40
3.7 Teknik analisis data	43
3.8 Teknik keabsahan data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1 YouTube	46
4.1.2 Beauty vlogger.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Konstruksi social media entrepreneurship beauty vlogger pada YouTube	51
4.2.2 Konstruksi social media entrepreneurship beauty vlogger pada YouTube dari perspektif Social Construction of Technology.....	77

4.3 Pembahasan	91
4.3.1 Konstruksi social media entrepreneurship beauty vlogger pada YouTube	91
4.3.2 Konstruksi social media entrepreneurship beauty vlogger pada YouTube dari perspektif Social Construction of Technology.....	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN PENELITIAN	132



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Jumlah statistik subscriber, viewer terendah, viewer tertinggi informan per Agustus 2021	38



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

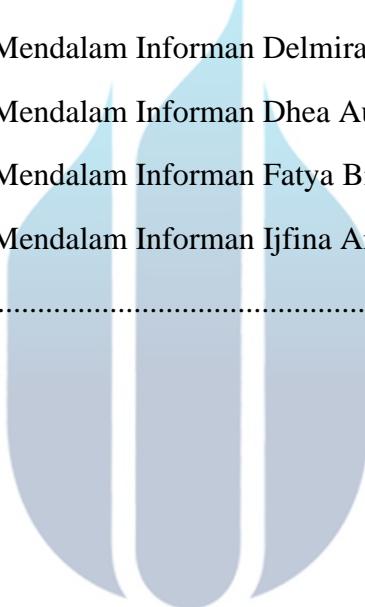
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna telepon genggam, internet, dan media sosial di Indonesia	2
Gambar 1.2 Jumlah kenaikan tahunan pengguna telepon genggam, internet dan media sosial di Indonesia	2
Gambar 1.3 Grafik persentasi pengguna platform media sosial di Indonesia .	3
Gambar 1.4 Grafik profil audiens pengguna media sosial yang dicapai oleh pengiklan di Indonesia	4
Gambar 1.5 Grafik tampilan konten yang berhubungan dengan kecantikan di YouTube dari tahun 2009-2018 (dalam Milyar).....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Skema Konstruksi <i>Social Media Entrepreneurship Beauty Vlogger</i> pada YouTube	115
Gambar 4.2 Skema Konstruksi <i>Social Media Entrepreneurship Beauty Vlogger</i> pada YouTube dari perspektif <i>Social Construction of Technology</i> (SCOT) melalui empat kerangka kerja konseptual	121

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan Penelitian	132
Daftar Pertanyaan Wawancara	136
Matriks Pengelompokan Data	138
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Adhelia Fa.....	152
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Delmira Prabu	162
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Dhea Audrey	172
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Fatya Biya.....	184
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Ijfina Amalia.....	193
Daftar Riwayat Hidup	205



UNIVERSITAS
MERCU BUANA