



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan teknologi dan informasi sangatlah pesat, yang membuat kehidupan masyarakat semakin berkembang. Berkembangnya teknologi menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang sangat diminati oleh masyarakat, selain sangat mudah untuk mengaksesnya, internet juga sangatlah lengkap untuk menampilkan data-data atau informasi-informasi yang sedang dicari oleh masyarakat, mulai dari berita, gaya hidup, dan lain sebagainya.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, sudah lebih dari 50% atau sekitar 143 juta orang yang telah terhubung oleh jaringan internet sepanjang tahun 2017. Pengguna internet sebanyak 72,41% mayoritas dari kalangan urban, pemanfaatannya bukan hanya untuk berkomunikasi saja tetapi juga untuk membeli barang secara *online*, memesan tiket transportasi, berkarya hingga berbisnis.

Pada zaman sekarang, dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat ini, internet tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, umumnya anak muda. Sebanyak 49,52% pengguna internet di Indonesia adalah yang berusia 19 tahun hingga 34 tahun, diantara lainnya mereka yang berprofesi sebagai *selebgram* dan *youtubers*.

Selain itu ada 29,55% yang berusia 35 sampai 54 tahun, mereka berada di usia produktif dan mudah beradaptasi dengan perubahan. Remaja yang berusia 13 sampai 19 tahun memiliki porsi 16,68% . dan yang terakhir, orang tua yang usianya di atas 54 tahun hanya 4,24% dalam

© Hak cipta dilindungi Undang-undang
 Institut Bina Sarana Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Penutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



memanfaatkan internet untuk kehidupannya. Selain usia, faktor pendidikan juga mempengaruhi, sebanyak 88,24% yang mendapat gelar S2 dan S3 menggunakan internet.

Lulusan diploma dan S1 menggunakan internet sebanyak 79,23%. *Level* ekonomi juga bisa membedakan penggunaan internet, mayoritas pengguna internet merupakan kalangan menengah ke bawah sekitar 62,5 juta masyarakat yang menggunakan internet. Sedangkan masyarakat kelas atas ada 2,8 juta jiwa yang menggunakan internet.

Seiring berkembangnya zaman, internet banyak mengeluarkan aplikasi-aplikasi yang pastinya untuk memudahkan masyarakat dalam bersosialisasi dan berkomunikasi satu sama lain. Mulai dari kita dapat berkomunikasi dengan orang yang kita kenal, sampai orang yang kita tidak kenal sekalipun dapat berkomunikasi atau berkenalan dengan kita.

Aplikasi-aplikasi tersebut juga menyediakan beberapa fitur-fitur ciri khasnya, agar pengguna menjadi nyaman dan terus menggunakan aplikasi tersebut untuk bersosialisasi dengan semua orang. Mulai dari *facebook* dengan fitur khasnya yang memudahkan pengguna untuk mengunggah foto maupun *video* pribadinya ke laman miliknya, selain itu juga bisa mengirim pesan kepada sesama pengguna.

Twitter, dengan fitur yang disediakan yaitu dapat membuat status dengan beberapa kata dan juga bisa meng-unggah foto. Snapchat, dengan fitur-fitur untuk membuat foto maupun video yang sangat menarik karena pengguna dapat menggunakan filter-filter yang lucu dan menarik yang telah di sediakan oleh *Snapchat*, selain itu, sesama pengguna juga bisa melakukan komunikasi seperti *chatting* di dalam aplikasi tersebut.

Instagram, aplikasi untuk mengunggah foto versi zaman sekarang, atau bisa di sebut dengan sebutan album foto digital, aplikasi ini menyiapkan fitur untuk pengguna mengunggah foto maupun *video*, dan juga bisa mengunggah status harian atau biasa di sebut dengan

1. Dilarang menyalin atau menjiplak bagian-bagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Halaman 10 | Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



snapgram, *snapgram* juga menyediakan filter-filter yang lucu dan menarik sehingga membuat pengguna menjadi nyaman menggunakannya, instagram juga menyediakan fitur terbaru yaitu *IG*

Lalu ada Youtube, Youtube menjadi salah satu sosial media yang paling diminati oleh masyarakat dalam mencari informasi maupun hiburan. Sosial media yang satu ini sangatlah menarik, karena menampilkan *audio visual* dan gambar sehingga membuat masyarakat yang menontonnya sangatlah nyaman. _

Youtube didirikan pada bulan februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Pada awalnya kantor pusat Youtube terletak di lantai atas sebuah restoran *Pizza* dan Restoran Jepang di San Mateo, California. *Video* awal yang pertama kali di *Upload* di Youtube berjudul “*Me at The Zoo*”, menampilkan Jawed Karim di kebun binatang San Diego. Hingga saat ini *video* tersebut masih dapat disaksikan di Youtube.

Youtube meluncurkan Beta test pada bulan Mei 2005, 6 bulan sebelum *official launching* yang dilaksanakan pada bulan November 2005. Pada bulan juli 2006 atau 8 bulan setelah diresmikan, tercatat 65.000 *video* baru di *upload* ke situs Youtube setiap harinya, dengan 100 juta *viewers* per hari. Pemilihan nama <http://www.youtube.com> mengakibatkan masalah bagi sebuah situs bernama mirip, <http://www.utube.com>.

Pemilik situs, *Universal Tube & Rollform Equipment*, mengajukan gugatan terhadap YouTube pada November 2006 setelah mengalami kelebihan beban secara teratur yang diakibatkan oleh orang yang mencari situs YouTube. Pada bulan Oktober 2006, *Google Inc.* membeli Youtube senilai 1,65 miliar *US \$*.

Pada tahun 2007 Youtube telah mengkonsumsi *Bandwidth* menyamai besarnya *Bandwidth* keseluruhan internet di dunia pada tahun 2000. Bulan juni 2008 majalah *Forbes*

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. TV. Dilarang menyalin atau sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari penyalur. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memberitakan bahwa pendapatan *Youtube* selama tahun 2008 diperkirakan mencapai 200 juta US \$. Pada tahun 2008 Youtube mendapatkan penghargaan *George Foster Peabody Award* dan

karena telah menjadi “*Speakers Corners*” dan ikut berjasa dalam pengembangan demokrasi dan kebebasan berpendapat.

Saat ini Youtube menjadi situs *online Video provider* paling dominan di Amerika Serikat, bahkan mungkin dunia, dengan menguasai 43 persen pasar. Diperkirakan 20 Jam durasi *video* di *upload* ke *Youtube* setiap menitnya dengan 6 miliar *viewers* per hari. Kemajuan internet yang sangat pesat di zaman sekarang ini dimanfaatkan oleh masyarakat yang menggunakannya, terutama anak-anak muda.

Mereka memanfaatkan segala jenis komunikasi yang ada pada era ini untuk memaksimalkan komunikasinya antara sesama, dan juga untuk mencari ilmu pengetahuan maupun untuk berkarya. Karya-karya yang mereka buat di laman pribadi sosial media miliknya inilah awal dari segalanya, banyak teman-teman mulai dari yang mereka kenal sampai orang baru yang mungkin juga sangat tertarik dan menyukai karya-karya yang mereka buat sehingga muncul lah istilah *selebgram* dengan artian seleb instagram.

Orang yang bisa di sebut dengan sebutan *selebgram* ialah yang mempunyai *followers* yang banyak dan juga mempunyai konten-konten yang menarik, bahkan anti *mainstream*. Mereka diantaranya akan menjadi terkenal begitu saja di *instagram* karena isi konten yang mereka punyai, konten-kontennya ialah seperti membuat *video* yang berisikan mahir dalam memainkan alat music maupun bernyanyi, mahir dalam menggunakan teknik foto sehingga menghasilkan foto-foto yang sangat bagus dan lain sebagainya.

Banyak *selebgram* yang pada akhirnya membuat *channel youtube* untuk membagikan cerita mengenai pengalamannya, hobi bahkan sampai kesehariannya sehari-hari, dan juga tidak



sedikit dari mereka yang sengaja membuat *channel* Youtube untuk menjadikannya sarana berbagi ilmu mengenai *makeup* serta sarana bekerja. Hal ini tentu saja sangat positif selain bisa berbagi ilmu yang dapat bermanfaat untuk orang banyak, para *beauty vlogger* ini juga bisa mendapatkan keuntungan dari video-video yang mereka buat di *channel* Youtubanya, banyak perempuan di Indonesia yang awalnya tidak mengerti cara ber-*makeup* akhirnya menjadi tertarik untuk mengenal *makeup* lebih jauh lagi dan juga tertarik untuk memulai bagaimana caranya utuk ber-*makeup* setelah banyak *beauty vloger* yang membagikan tips dan tutorialnya di Youtube.

Perempuan yang sudah mempunyai bakat dasar dalam ber-*make up* dan merawat wajah menjadi bertambah pula pengetahuannya karena melihat konten-konten yang di bagikan oleh para *beauty vloger*, sehingga tidak adanya lagi bakat-bakat yang terpendam karena terhalang biaya kursus yang cukup besar. Dari hal yang di kemukakan di atas menimbulkan dorongan bagi penulis untuk menulis skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pesan *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Berlabel Halal”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh pesan Beauty Vlogger terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal?

C. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah ini adalah:

- 1) Seberapa besar pengaruh *Openesst Beauty to Experience Beauty Vlogger* pada hal – hal yang baru terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal?



2) Seberapa besar pengaruh *Conscientiousness Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal?

3) Seberapa besar pengaruh *Extraversion Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal?

4) Seberapa besar pengaruh *Agreeableness Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal?

5) Seberapa besar pengaruh *Neuroticism Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tersebut adalah:

1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Openess Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal.

2) Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *Conscientiousness Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal.

3) Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *Extraversion Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal.

4) Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *Agreeableness Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal.

5) Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *Neuroticism Beauty Vlogger* terhadap minat pembelian produk kecantikan berlabel halal.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang akademis dan praktis, yaitu

sebagai berikut :

1) Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk para pengguna sosial media *Youtube* memanfaatkan pengembangan teknologi komunikasi sebaik mungkin dan juga dapat sekaligus membuat hal-hal positif yang dapat menguntungkan diri sendiri dan orang lain. Media sosial *Youtube* atau media sosial apapun yang sedang diminati oleh para pengguna, pastinya dapat menimbulkan dua dampak, dampak yang positif maupun dampak yang negatif.

Penelitian ini bermanfaat untuk para pengguna agar dapat meminimalisir dampak negatif dalam menggunakan sosial media, agar tidak merugikan diri sendiri ataupun merugikan orang lain. Pengaruh negatif dari penggunaan media sosial secara berlebihan juga bisa dibilang berbahaya, karena menjadikan seorang tidak peduli dengan lingkungan sekitarnya karena sudah keasikan bermain dengan media sosial atau bisa disebut juga menjadi orang yang apatis.

Memungkinkan seseorang mejadi individualis yang dapat memberikan pengaruh kepada perilaku para pengguna dalam menggunakan media sosial yang disebabkan oleh kebiasaan para pengguna yang menggunakan media sosial dan media sosial juga dapat memberikan pengaruh kepada mereka yang melihat unggahan dalam media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2) Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat menjadi catatan untuk para pengguna media sosial yang menggunakan media sosial *Youtube* atau media sosial yang lainnya untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Agar para pengguna yang menggunakan media sosial dapat memberikan pengaruh yang baik kepada orang yang melihatnya dan para pengguna yang menggunakan media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.