



**PENGARUH TERPAAN *BEAUTY VLOG* DI YOUTUBE DAN  
TINGKAT PENGETAHUAN BAHAYA *MAKE UP* TERHADAP  
PERILAKU PENGGUNAAN *MAKE UP* PADA ANAK**

Oleh : Mayangsari Cantika Mutiara, Dr. Lintang Ratri Rahmiaji S,Sos, M.Si  
Departemen Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro  
[mayangcantikaa@gmail.com](mailto:mayangcantikaa@gmail.com)

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya fenomena penggunaan *make up* pada anak-anak padahal *make up* memiliki dampak negatif apabila digunakan terlalu dini. *Make up* dapat berdampak buruk bagi fisik, psikologis, bahkan kehidupan sosial anak. Kedekatan anak terhadap internet membuatnya mudah mengakses Youtube khususnya mengakses yang saat ini membanjiri konten Youtube, video tutorial *make up*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh Terpaan *Beauty Vlog* dan tingkat pengetahuan bahaya *make up* terhadap perilaku penggunaan *make up* pada anak.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif (eksplanatori) yang menyebabkan sebab akibat antar variabel. Penelitian mengambil subjek penelitian anak-anak yang menonton Youtube dan pernah menonton *beauty vlog* yang sedang duduk di Sekolah Dasar di Kota Semarang. Penelitian menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Terpaan *Beauty Vlog* di Youtube dan Tingkat Pengetahuan Bahaya *Make Up* terhadap Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak memiliki nilai F hitung < F tabel yaitu  $2,053 < 3,09$  yang berarti hipotesis “Terpaan *Beauty Vlog* di Youtube dan Tingkat Pengetahuan Bahaya *Make Up* berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak” ditolak. Artinya, kedua variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Meski demikian, pada hasil Analisis Regresi, ditemukan bahwa variabel  $X_1$  memiliki pengaruh positif sebesar 0,049 terhadap variabel Y, juga bahwa pada variabel  $X_2$  memiliki pengaruh negatif sebesar (-0,198) terhadap variabel Y.

**Kata kunci:** terpaan media, tingkat pengetahuan, perilaku penggunaan make up, anak, beauty vlog

## ABSTRACT

This research is motivated by the rise of the phenomenon of using makeup in children even though make up has a negative impact when used too early. Make up can have a negative impact on the physical, psychological, and even social life of the child. The closeness of children to the internet makes it easy to access Youtube specifically accessing those who currently flood Youtube content, make up tutorial videos. This study aims to determine whether there is an influence of exposure to beauty vlogs and the level of knowledge of danger of make-up on the use of make-up behavior in children.

This research is a quantitative research with an explanatory type of research that causes causation between variables. The research took the subject of research of children who watched Youtube and had watched beauty vlogs that were sitting in elementary schools in the city of Semarang. The study uses Multiple Linear Regression Analysis.

The results of the study show that the exposure variables of Beauty Vlog on Youtube and the Level of Knowledge of Danger of Make Up on the Behavior of Make Up on Children have a calculated F value  $< F$  table which is  $2.053 < 3.09$  which means the hypothesis Make Up has an effect on the Behavior of Using Make Up on Children "rejected. That is, the two variables X1 and X2 together did not affect the variable Y. However, in the results of Regression Analysis, it was found that the variable X1 had a positive effect of 0.049 on the Y variable, also that the variable X2 had a negative effect of (-0,198 ) to variable Y.

**Keywords: media exposure, level of knowledge, make up usage behavior, child, beauty vlog**

### 1. PENDAHULUAN

Media memungkinkan anak-anak untuk melihat dunia jauh sebelum mereka mampu secara kompeten berinteraksi dengannya (Baran & Davis, 2014: 240). Generasi Z banyak menggunakan aplikasi media sosial, sebanyak 87,13% aktif menggunakan media sosial (APJII, 2016). Youtube berisi berbagai macam kumpulan video dengan berbagai informasi yang dapat berdampak baik atau berdampak buruk bagi penontonnya, tergantung dari bagaimana penonton menanggapi konten tersebut. Menurut Hartati (2005) sifat anak-anak yang suka berimajinasi dan berfantasi, selalu ingin tahu, egosentris, dan mudah mempelajari sesuatu ini membuat anak-anak bisa melihat dan mengkonsumsi tayangan-tayangan dari *beauty vlogger* di Youtube dan terpapar olehnya.

Menurut Slameto (2010), anak mengalami proses belajar dengan berbagai jalan, salah satunya adalah mengamati dan meniru (*observation and imitation*). Anak dapat meniru berdasarkan model yang ada di sekitarnya, model tersebut terbagi menjadi 3 yaitu, pertama, kehidupan yang nyata. Misalnya, orang tua di rumah, guru di sekolah, orang lain dalam masyarakat. Kedua, simbolik, termasuk dalam golongan ini adalah model yang dipresentasikan secara lisan, tertulis, atau dalam bentuk gambar. Ketiga, representasional, model yang direpresentasikan dengan menggunakan alat-alat audiovisual, terutama televisi dan video. (Slameto, 2010: 21)

Data didapatkan dari [www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com), survei yang dilakukan oleh Harris Interactive atas nama The Renfrew Center Foundation, meneliti 572 perempuan usia 8-18 tahun yang menggunakan *make up* di Amerika Serikat. Dalam survei tersebut mendapatkan hasil bahwa 65 persen mulai menggunakan *make up* pada umur 8-13 tahun. 29 persen mulai menggunakan *make up* pada umur 14-16 tahun. 50 persen pada umur 11-13 tahun, dan 15 persen mulai pada umur 8-10 tahun. Padahal yang mengkhawatirkan adalah *make up* bukanlah dunia anak, dan juga kandungan kimia dalam *make up* ini berbahaya apabila pemakaiannya tidak benar atau belum saatnya.

Dilansir dari [viva.co.id](http://viva.co.id), penggunaan *make up* menjadi berbahaya karena penggunaan yang tidak sesuai dengan kebutuhan kulit. Efek tersebut dapat meliputi gangguan pada Fisik, Psikologis, dan Sosial anak-anak. Dari segi Fisik, menurut pakar kesehatan, dr Lula Kamal, dapat menyebabkan ketergantungan, iritasi, dan flek hitam, penuaan dan hilangnya kecantikan alami pada wajah, bahkan menyebabkan pubertas dini, gangguan hormon, depresi, dan kanker. Dari sisi Psikologis, menurut Dr. Kersi Chavda, konsultan psikiater dari Hinduja Healthcare Surgical dalam [nova.grid.id](http://nova.grid.id), anak-anak senang menggunakan *make up* bisa jadi karena mereka merasa tidak senang atau kurang percaya diri dengan penampilan alami mereka, mereka menganggap diri mereka sebagai remaja atau orang dewasa. Sedangkan dari sisi sosial, dilansir dari [www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com), survei oleh Harris Interactive atas nama The Renfrew Center Foundation, meneliti 572 perempuan usia 8-18 tahun yang menggunakan *make up* di Amerika Serikat, Perempuan muda tidak mau terlihat orang lain tanpa menggunakan *make up*, sangat jarang atau bahkan tidak pernah meninggalkan rumah mereka tanpa menggunakan *make up* sama sekali.

Perilaku penggunaan merupakan perilaku menggunakan *make up* yang dilakukan anak melalui proses peniruan (imitasi). Dalam Teori Pembelajaran Sosial oleh Albert Bandura dijelaskan bahwa individu meniru apa yang mereka lihat, melalui proses *observational learning* (pembelajaran dari hasil pengamatan) terhadap tingkah laku yang ditampilkan oleh model atau individu lain yang diteladani (Liliweri, 1991: 174). Proses pembelajaran terjadi dalam tiga komponen yaitu perilaku model (contoh), pengaruh perilaku model, dan proses internal individu peniru. Jadi individu melakukan pembelajaran dengan proses mengenal perilaku model, kemudian mempertimbangkan dan memutuskan untuk meniru sehingga menjadi perilakunya sendiri. Apabila perilaku model bersesuaian dengan keadaan dirinya (pengetahuan, minat, pengalaman, cita-cita, dan sebagainya) maka perilaku itu akan ditiru (Surya, 2004:44).

Melihat kondisi tersebut, muncul pertanyaan adakah pengaruh Terpaan *Beauty Vlog* dan tingkat pengetahuan bahaya *make up* terhadap perilaku penggunaan *make up* pada anak?

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif (eksplanatori) yang menjelaskan sebab akibat antar variabel. Peneliti menguji hipotesa yaitu pengaruh antara terpaan *beauty vlog* di Youtube dan tingkat pengetahuan bahaya *make up* dengan perilaku penggunaan *make up* pada anak.

### **2.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian yaitu anak-anak yang menonton Youtube dan pernah menonton *beauty vlog* yang sedang duduk di Sekolah Dasar di kota

Semarang. Jumlah Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

### 2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data yang diperoleh langsung dari sumber data, dan data sekunder, data yang diperoleh dari media perantara atau dicatat oleh pihak lain.

### 2.4 Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan Uji Statistik Regresi Linier Berganda serta Uji F dengan menggunakan program SPSS. Rumus persamaan umum pada regresi ganda dua variabel dalam Sugiyono (2013) adalah:

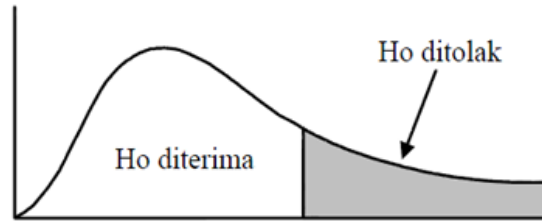
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y** = variabel dependen
- a** = konstanta
- b<sub>1</sub>** = koefisien regresi variabel independen 1
- X<sub>1</sub>** = variabel independen 1
- b<sub>2</sub>** = koefisien regresi variabel independen 2
- X<sub>2</sub>** = variabel independen 2

Untuk menguji taraf signifikansi variabel, maka dilakukan pengujian Uji F. Berikut langkah yang dilakukan:

- a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif  
Ho :  $\beta = 0$ , artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen  
Ha :  $\beta > 0$ , artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
- b. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikan  $\alpha = 0,05$  atau signifikan 5%
- c. Ho diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , artinya variabel bebas (X) secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel terikat (Y)
- d. Ho ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel bebas (X) secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel (Y)



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil uji statistik analisis regresi berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.998	.178		11.223	.000
X1	.049	.072	.069	.687	.494
X2	-.198	.110	-.181	-1.801	.075

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai regresi linier berganda untuk variabel Terpaan *beauty vlog* di Youtube ( $X_1$ ) adalah sebesar 0,049, variabel Tingkat Pengetahuan Bahaya *Make Up* ( $X_2$ ) adalah sebesar (-0,198) dan untuk nilai konstantanya adalah sebesar 1,988. Dari keterangan tersebut maka persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,988 + 0,049X_1 + (-0,198)X_2$$

Keterangan:

- Y = Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak  
 $X_1$  = Terpaan *Beauty Vlog* di Youtube  
 $X_2$  = Tingkat Pengetahuan Bahaya *Make Up*

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 1,988 mempunyai arti bahwa tanpa pengaruh dari terpaan *beauty vlog* dan tingkat pengetahuan bahaya *make up* maka besarnya penilaian terhadap variabel perilaku penggunaan *make up* adalah sebesar 1,988. Artinya jika variabel terpaan *beauty vlog* di Youtube dan tingkat pengetahuan bahaya *make up* bernilai 0, maka perilaku penggunaan *make up* pada Anak akan bernilai positif sebesar 1,988.
- Koefisien regresi variabel terpaan *beauty vlog* adalah sebesar 0,049 yang artinya bahwa variabel terpaan *beauty vlog* memiliki pengaruh positif terhadap variabel perilaku penggunaan *make up* adalah sebesar 0,049. Sehingga dapat diartikan jika variabel terpaan *beauty vlog* naik, maka akan menyebabkan meningkatnya penilaian sebesar 0,049 terhadap variabel perilaku penggunaan *make up* pada anak.

- c. Koefisien regresi variabel tingkat pengetahuan bahaya *make up* adalah (-0,198) yang artinya bahwa variabel tingkat pengetahuan bahaya *make up* memiliki pengaruh negatif terhadap variabel perilaku penggunaan *make up* pada anak adalah sebesar (-0,198). Sehingga dapat diartikan jika variabel tingkat pengetahuan bahaya *make up* meningkat atau naik maka akan menyebabkan turunnya penilaian sebesar (-0,198) terhadap variabel perilaku penggunaan *make up* pada anak.

### 3.2 Hasil uji statistik uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

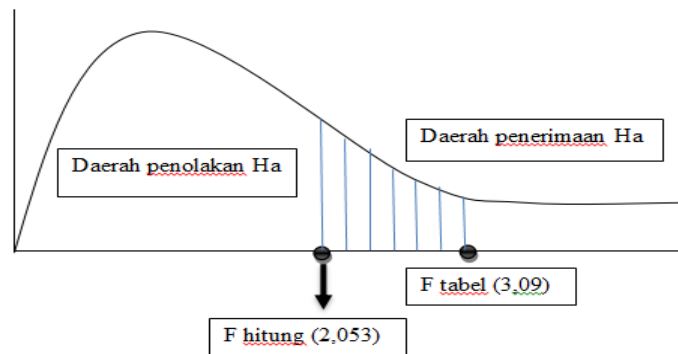
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.518	2	.259	2.053	.134 <sup>b</sup>
	Residual	12.232	97	.126		
	Total	12.750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

*Sumber: data primer diolah peneliti, 2018*

Berdasarkan hasil tersebut dan melihat pada tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $2,053 < 3,09$  yang berarti bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima karena  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , sehingga hipotesis “Terpaan *Beauty Vlog* di Youtube dan Tingkat Pengetahuan Bahaya *Make Up* berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak.” ditolak.



*Sumber: data primer diolah peneliti, 2018*

## PENUTUP

### 3.2 Simpulan

- Hipotesis “Terpaan *Beauty Vlog* di Youtube dan Tingkat Pengetahuan Bahaya *Make Up* berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak” ditolak. Artinya, kedua variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak.
- Terdapat pengaruh positif variabel Terpaan *Beauty Vlog* di Youtube terhadap variabel Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak.

- Terdapat pengaruh negatif variabel Tingkat Pengetahuan *Make Up* terhadap variabel Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak.

### 3.3 Saran

- Dalam upaya mencegah anak menerima terpaan tinggi dari video *Beauty Vlog* di Youtube sebaiknya anak diberikan pengetahuan bahwa dalam menggunakan Youtube harus dibatasi atau memiliki batas tertentu.
- Dalam upaya mencegah anak menirukan perilaku penggunaan *make up* sebaiknya anak diberikan pengawasan dan panduan ketika sedang menonton tayangan *Beauty Vlog* di Youtube.
- Peneliti memberikan rekomendasi pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan faktor lain dalam variabel independen untuk mengetahui faktor yang dapat bersama-sama mempengaruhi Perilaku Penggunaan *make up* pada Anak secara signifikan.
- Peneliti memberikan rekomendasi pada penelitian selanjutnya untuk dilakukan pada demografi yang berbeda untuk mengetahui pengaruhnya terhadap perilaku penggunaan pada anak, remaja, dan dewasa.
- Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel Terpaan *Beauty Vlog* di Youtube dan Tingkat Pengetahuan Bahaya *Make Up* terhadap Perilaku Penggunaan *Make Up* pada Anak. Peneliti memberikan rekomendasi pada penelitian selanjutnya untuk memilih konten selain kecantikan atau *make up*, hal ini merujuk kepada anak-anak yang mengkonsumsi konten lain seperti kartun dan *game*.

### Daftar Pustaka

Buku:

- Baran, Stanley J. dan Davis, Dennis K. 2014. “*Teori Komunikasi Massa, Edisi 5*”. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hartati, Sofia. 2005. “*Perkembangan Belajar Pada Anak Usia Dini*”. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Liliweri, Alo. 1991. “*Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*”. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Slameto, 2010. “*Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*”. Jakarta: Rineka Cipta.
- Surya, Mohamad. 2004. “*Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran*”. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.

Jurnal :

Bushman, Brad J., & Huesmann, L. Rowell. 2006. "*Short-term and Long-term Effects of Violent Media on Aggression in Children and Adults*". Diakses pada 8 Oktober 2018

Ozkan, Mustafa dan Solmaz, Betül. 2015. "*Mobile Addiction of Generation Z and its effects on their social lives*". Social and Behavioral Sciences. Diakses pada 20 April 2018

Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2017. Di unduh pada 20 April 2018

Internet:

<https://www.prnewswire.com/news/Renfrew+Center+Foundation> diakses pada 8 Oktober 2018