

Hubungan *Beauty Vlogger* dengan Kreativitas Remaja Perempuan pada Masa Pandemi *Covid-19*

Fika Karina Agustin, Tresna Wiwitan
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
fikakarinaa@yahoo.com

Abstract—Due to the COVID-19 pandemic, lots of people are confined at home as a result of large scale social limitation (LSCL) policy or lockdown, hence the mundane social activity between individuals are halted, including the adolescent age group who needs to follow their academic schedule in front of their monitor's screen. Due to the minimum amount of social interaction between individuals, there are fears that levels of one's creativity may be halted in consequence of spending too much time in home's environment. Therefore, social media needs to be utilized in order to stimulate creativity. Social media is a platform where individuals can interact without having to see each other directly, popularly termed as online, and it is very helpful for interacting without the boundary of space and time. One of the most popular social media right now, Instagram, has a great part on facilitating creativity of the majority of female adolescent. One of which is an Instagram user @jharnabagwani, an Indonesian beauty vlogger who is the pioneer of Lathi Challenge. That challenge inspires Instagram users or its viewers on how to decorate their faces in a unique and creative way which draws public attention. There are also a few things to be considered in this research, that is the correlation between female adolescent's creativity who recreated Lathi Challenge and beauty vlogger @jharnabagwani which consisted theory of communicator's credibility degree and theory of 4P's creativity aspect. In this scientific research, quantitative method with correlation approximation are used. Data is collected through questionnaire distribution, observation, and bibliography, which all will be analyzed afterwards. Questionnaire Spread in accordance with sample 61 Respondents were taken with probability sampling techniques. Data analysis using Ordinal Scale, with Validity Test using the Spearman Rank and for Reliability Test using Cronbach's Alpha. The results of this study have a significant and strong relationship between Beauty Vlogger and Female Adolescent's Creativity with a correlation value of 0.624.

Keywords— *Beauty Vlogger, Creativity, Instagram.*

Abstrak—Akibat pandemi COVID-19, banyak orang yang harus terjebak di rumah karena pembatasan sosial berskala besar (PSBB) atau lockdown sehingga aktivitas sosial yang biasa dilakukan sehari-hari terhambat, tak terkecuali golongan remaja yang harus mengikuti jadwal akademik di depan layar monitor. Akibat minimnya interaksi antar individu, dikhawatirkan tingkat kreativitas seseorang berkurang karena terlalu banyak menghabiskan waktu di lingkungan rumah. Maka dari itu, media sosial perlu dimanfaatkan untuk menstimulasi kreativitas. Media sosial yaitu sebuah media untuk proses interaksi antar individu tanpa bertemu langsung yang

lebih sering disebut online dan sangat mempermudah proses interaksi karena tanpa dibatasi ruang dan waktu. Salah satu sosial paling populer saat ini, Instagram memiliki andil yang cukup besar dalam memfasilitasi ajang kreativitas yang dilakukan oleh sebagian besar remaja perempuan. Seperti akun instagram @jharnabagwani, seorang beauty vlogger asal Indonesia yang memprakarsai Lathi Challenge. Challenge tersebut memberikan inspirasi kepada pengguna instagram atau penontonnya tentang teknik merias wajah yang menarik dengan cara yang kreatif serta menarik perhatian publik. Ada pula beberapa hal yang diperhatikan penelitian ini yaitu korelasi antar kreativitas remaja perempuan yang mengikuti Lathi Challenge dengan beauty vlogger @jharnabagwani yang terdiri dari teori tingkat kredibilitas komunikator dan teori aspek kreativitas 4P. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan korelasional. Data penelitian dihimpun melalui penyebaran angket, observasi, dan daftar pustaka, yang kemudian data tersebut dianalisis. Penyebaran Angket sesuai dengan sampel 61 Responden yang diambil dengan teknik probability sampling. Analisis data menggunakan Skala Ordinal, dengan Uji Validitas menggunakan Rank Spearman dan untuk Uji Reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Hasil penelitian ini adanya hubungan yang signifikan dan kuat antara Beauty Vlogger dan Kreativitas Remaja perempuan dengan nilai korelasi 0,624.

Kata Kunci— *Beauty Vlogger, Kreativitas, Instagram.*

I. PENDAHULUAN

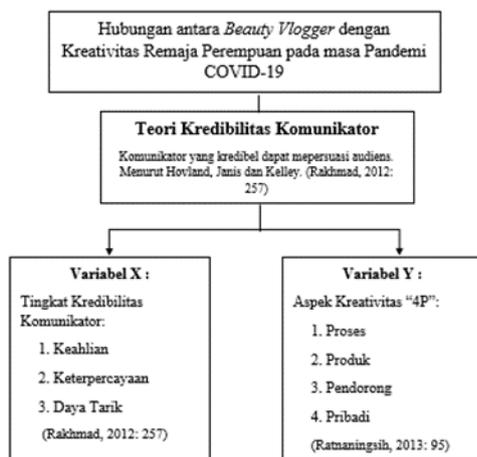
Di awal tahun 2020 dunia telah dikejutkan oleh pandemi COVID-19 atau akronim dari Corona Virus Disease-19 yang dimana virus ini muncul pada akhir tahun 2019 yang mengambil banyak korban jiwa, meluluhlantakan sektor ekonomi dan sektor-sektor lainnya. Tidak terkecuali Indonesia, yang akhirnya memberlakukan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) atau dalam istilah asingnya lockdown guna memperlambat perluasan wabah COVID-19 tersebut. Berbeda dengan social distancing, PSBB atau kepanjangan dari Perbatasan Sosial berskala Besar ini menerapkan aturan yang jauh lebih ketat untuk masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia. Artinya, masyarakat diharuskan untuk menghabiskan waktunya di tempat tinggal masing-masing hingga waktu yang belum ditentukan.

Akibat terhambatnya kontak sosial secara fisik, banyak orang mencari alternatif lain untuk bersosialisasi dengan cara mengeskpresikan diri melalui media sosial.

Salah satu fenomena yang menggegerkan dunia maya melalui instagram hingga menjadi trending topic indonesia beberapa bulan lalu adalah Lathi Challenge, sebuah konten make-up bernuansa tradisional gothic yang diiringi dengan penyair lagu Lathi. Challenge tersebut dipopulerkan pertama kali oleh seorang Beauty Influencer bernama Jharna Bhagwani (@jharnabhagwani). Challenge yang dilakukan ini juga mewakili sebagian masyarakat indonesia karena visualisasinya yang menarik dan dapat dikatakan kreatif. Tentunya banyak pula remaja perempuan yang sangat antusias dengan video challenge yang dilakukan oleh pemilik akun instagram @jharnabhagwani.

Penelitian ini juga sekaligus memberi manfaat yakni para remaja perempuan pengguna aktif instagram bisa membuat video yang memiliki kualitas disertai pesan moral dan bahkan bisa memunculkan motivasi setelah melihat tayangan video tersebut, dan akun instagram @jharnabhagwani ini memberikan inspirasi kepada pengguna instagram atau penontonnya tentang teknik merias wajah yang menarik dengan cara yang kreatif serta menarik perhatian publik.

II. LANDASAN TEORI



Cambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

Pada kerangka teoritis ini tentu saja penulis akan membahas mengenai teori yang menjadi dasar penelitian ini yang dapat dijadikan acuan dalam menjawab masalah yang diajukan oleh penulis. Tentunya di dalam penelitian yang sedang diteliti oleh penulis, penulis menggunakan teori dalam variabel x penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli yaitu Hovland, Jannis, dan Kelley. Teori yang mereka kemukakan dan digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu *Source Credibility Theory* atau dalam bahasa indonesia adalah Teori Kredibilitas Sumber/Komunikator.

Seseorang akan lebih sering percaya dan cenderung menerima dengan baik beberapa pesan yang disampaikan oleh seseorang yang mempunyai kredibilitas di bidang yang mereka kerjakan. (Rakhmad, 2012:257).

Dimana dapat diasumsikan bahwa kredibilitas yang ada dalam diri seorang komunikator/sumber terbukti memiliki peran yang cukup penting untuk mempersuasi para audiens agar terbuka dan menggiring pandangan audiens terhadap hal tertentu.

Hovland, Janis & Kelly dalam teori ini mengatakan bahwa terdapat tiga indikator kredibilitas diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. keahlian sumber/komunikator,
2. kepercayaan sumber/komunikator, dan
3. daya tarik sumber/komunikator. Berikut ini adalah penjelasan dari tiga indikator kredibilitas sumber/komunikator:

Daya Tarik komunikator (*attractiveness*), yaitu menguraikan seperti apakah daya tarik sumber/komunikator dan bagaimana seorang *beauty vlogger* bisa mendapatkan fokus perhatian, dari audiens sebagai komunikasi terhadap apa yang dilakukan. Selain itu dapat memberikan fokus perhatian kepada audiens tentang kesamaan, kesukaan, ketertarikan dan daya tarik fisik dari *beauty vlogger* sebagai komunikasi kepada audiens/komunikasi.

Maka dari itu penulis memilih teori kredibilitas sumber/komunikator sebagai salah satu teori di dalam penelitian ini.

Selain teori kredibilitas sumber, penulis juga memilih teori kreativitas untuk variabel Y dalam penelitian ini yaitu Teori Kreativitas. Tentunya di dalam Teori Kreativitas memiliki beberapa turunan teori, dan yang diambil oleh penulis yaitu pendekatan 4P dalam Teori Kreativitas. Pendekatan ini merupakan pengembangan dari kreativitas yang terdiri sebagai berikut: Menurut Ratnaningsih (2013:95),

1. Pribadi (*Person*)
Kreativitas merupakan salah satu keunikan yang muncul dari individu yang berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Maka dari sesuatu yang unik inilah yang muncul dari pribadi diharapkan mengemukakan gagasan dan ide-ide baru untuk menghasilkan sesuatu yang inovatif. Sebab hal ini merupakan pemicu tumbuhnya suatu kreativitas dari individu.
2. Proses (*Process*)
Dalam kreativitas tentunya memerlukan proses. Proses adalah alur yang berkembang untuk menghasilkan sesuatu. Dalam proses tentunya kreativitas perlu merasakan dan mengamati sesuatu, menilai dan meneliti, kemudian mengubah dan mengujinya kembali hingga menampakan hasil. Sebab kreativitas memerlukan proses dalam mengembangkan ide-ide atau gagasan baru yang didapatkan dari lingkungan sekitar untuk menghasilkan sesuatu yang berguna dan inovatif.
3. Produk (*Product*)
Pada elemen ini berfokus pada produk yang dimana lebih menekankan terhadap keaslian atau

originalitas. Seperti yang sudah dijelaskan definisinya oleh seorang ahli yaitu Barron bahwa kreativitas itu sendiri merupakan suatu kemampuan yang dapat menghasilkan/menciptakan sesuatu yang baru. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, bahwa kreativitas juga merupakan suatu kemampuan dari dalam diri seseorang atau lingkungan sekitar untuk membuat ide-ide ataupun gagasan baru yang menghasilkan sesuatu yang disebut kreatif dan juga inovatif.

4. Pendorong (*Press*)

Sedangkan dalam elemen ini yaitu *Press* atau Pendorong. Elemen ini memiliki dua faktor, tentunya antara lain, faktor internal dan faktor eksternal. Dalam hal ini dijelaskan bahwa faktor internal merupakan faktor yang timbul dari diri sendiri berupa keinginan dan hasrat dari diri sendiri yang terpacu untuk menciptakan hal yang murni atau merupakan unsur kebaruan dan mengerjakan sesuatu dengan cara yang kreatif, sedangkan faktor eksternal itu sendiri merupakan faktor pendorong yang timbul dari luar biasanya faktor ini merupakan sebuah acuan atau dorongan dari lingkungan sekitar. Seperti halnya dari lingkungan sosial dan juga psikologis seseorang. Simpson sebagai seorang ahli mengungkapkan kemampuan kreatif itu sebagai “the initiative that one manifests by his power to break away from the usual sequence of thought.” (Ratnaningsih, 2013: 95).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Analisis inferensial data penelitian merupakan teknik analisis data pada metode kuantitatif, analisis ini menggunakan statistik inferensial (sering disebut statistik induktif atau statistik probabilitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. statistik ini dapat digunakan bila sampel diambil dari populasi yang diketahui maupun tidak diketahui jumlahnya, dan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara random. (Sugiyono, 2019: 228)

Penggunaan rumus dengan Spearman Rank adalah untuk pengujian hipotesis Asosiatif. Kolerasi Spearman Rank digunakan mencari hubungan atau untuk menguji signifikan hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan suber data antar variabel tidak harus sama. (Sugiyono, 2019: 379). Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui hubungan antara variabel yang berbeda yakni hubungan menonton Video *Beauty Vlogger* dengan Kreativitas Remaja Perempuan dimana menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini. Adapun taraf kesalahan yakni 5% atau 0.05 dan batasan uji signifikan sebagai berikut: beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. H₀ ditolak jika nilai signifikan < 0.05
2. H₀ diterima jika nilai signifikan > 0.05

A. Pembahasan Hipotesis Utama

Pada penelitian ini hal yang paling utama adalah untuk mengetahui hubungan menonton Video *Beauty Vlogger* dengan Kreativitas Remaja Perempuan adakah hubungan yang signifikan antara kedua variabel dengan pengujian hipotesis Asosiatif, untuk mencari hubungan antarvariabel yang berbeda. Sesuai dengan perhitungan didapatkan bahwa menurut perhitungan rank spearman hubungan antar kedua variabel mempunyai nilai 0.624 yang artinya kuat hubungannya antara kedua variabel tersebut, dengan titik acuan adalah pedoman interpretasi koefisien korelasi dalam buku sugiyono yang dikategorikan kuat karena interval koefisien dari 0.60 – 0.799 mempunyai tingkat hubungan kuat. Sehingga dapat dilihat bahwa semakin tinggi menonton Video *Beauty Vlogger* akan semakin tinggi Kreativitas Remaja Perempuan yang terbagi dalam 4 aspek, yakni pribadi, pendorong, proses dan produk. Sub-pembahasan di bawah ini akan melihat rincian 12 hubungan antara variable X dan varibael Y.

B. Pembahasan Subhipotesis Pertama (Hubungan Antara Daya Tarik (X1) *Beauty Vlogger* dengan Pribadi (Y1) Remaja Perempuan)

Pada aspek daya tarik dengan aspek pribadi sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.623 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek daya tarik dikategorikan sangat setuju dan pada aspek pribadi hasil akumulasi data dikategorikan sangat setuju.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa daya tarik dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek pribadi remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin menarik konten yang dibuat oleh seorang *beauty vlogger*, maka akan makin berpengaruh ke pribadi atau personality seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja.

C. Pembahasan Subhipotesis Kedua (Hubungan Antara Daya Tarik (X1) *Beauty Vlogger* dengan Pendorong (Y2) Remaja Perempuan)

Pada aspek daya tarik dengan aspek pendorong sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.758 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek daya tarik dikategorikan sangat setuju dan pada aspek pendorong hasil akumulasi data dikategorikan setuju.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua

variabel tersebut, bahwa daya tarik dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek pribadi remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin menarik konten yang dibuat oleh seorang *beauty vlogger*, maka seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja akan semakin terdorong untuk melakukan kegiatan yang kreatif.

D. Pembahasan Subhipotesis Ketiga (Hubungan Antara Daya Tarik (X1) Beauty Vlogger dengan Proses (Y3) Remaja Perempuan)

Pada aspek daya tarik dengan aspek proses sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.576 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut sedang sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.40 sampai 0.599 dikategorikan sedang (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek daya tarik dikategorikan sangat setuju dan pada aspek proses hasil akumulasi data dikategorikan ragu-ragu.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa daya tarik dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek proses remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin menarik konten yang dibuat oleh seorang *beauty vlogger*, maka akan makin berpengaruh ke proses seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja dalam membuat konten kreatif.

E. Pembahasan Subhipotesis Keempat (Hubungan Antara Daya Tarik (X1) Beauty Vlogger dengan Produk (Y4) Remaja Perempuan)

Pada aspek daya tarik dengan aspek produk sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.649 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek daya tarik dikategorikan sangat setuju dan pada aspek produk hasil akumulasi data dikategorikan ragu-ragu.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa daya tarik dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek produk remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin menarik konten yang dibuat oleh seorang *beauty vlogger*, maka akan makin berpengaruh ke kualitas produk dari kreasi seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja.

F. Pembahasan Subhipotesis Kelima (Hubungan Antara Kepercayaan (X2) Beauty Vlogger dengan Pribadi (Y1) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepercayaan dengan aspek pribadi sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang

didapat adalah 0.736 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepercayaan dikategorikan sangat setuju dan pada aspek pribadi hasil akumulasi data dikategorikan sangat setuju.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepercayaan dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek pribadi remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin tinggi tingkat integritas dari *beauty vlogger*, maka akan makin berpengaruh ke pribadi atau personality seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja.

G. Pembahasan Subhipotesis Keenam (Hubungan Antara Kepercayaan (X2) Beauty Vlogger dengan Pendorong (Y2) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepercayaan dengan aspek pendorong sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.656 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepercayaan dikategorikan sangat setuju dan pada aspek pribadi hasil akumulasi data dikategorikan setuju.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepercayaan dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek pendorong remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin tinggi tingkat integritas dari *beauty vlogger*, maka seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja akan semakin terdorong untuk melakukan kegiatan yang kreatif.

H. Pembahasan Subhipotesis Ketujuh (Hubungan Antara Kepercayaan (X2) Beauty Vlogger dengan Proses (Y3) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepercayaan dengan aspek proses sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.629 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut sedang sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepercayaan dikategorikan sangat setuju dan pada aspek proses hasil akumulasi data dikategorikan ragu-ragu.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepercayaan dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek proses remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin tinggi tingkat integritas dari *beauty vlogger*, maka akan makin

berpengaruh ke proses seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja dalam membuat konten kreatif.

I. Pembahasan Subhipotesis Kedelapan (Hubungan Antara Kepercayaan (X2) Beauty Vlogger dengan Produk (Y4) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepercayaan dengan aspek produk sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.533 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.40 sampai 0.699 dikategorikan sedang (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepercayaan dikategorikan sangat setuju dan pada aspek proses hasil akumulasi data dikategorikan ragu-ragu.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepercayaan dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek proses remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin tinggi tingkat integritas dari *beauty vlogger*, maka akan makin berpengaruh ke kualitas produk dari kreasi seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja.

J. Pembahasan Subhipotesis Kesembilan (Hubungan Antara Kepakaran (X3) Beauty Vlogger dengan Pribadi (Y1) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepakaran dengan aspek pribadi sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.571 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut sedang sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.40 sampai 0.599 dikategorikan sedang (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepakaran dikategorikan sangat setuju dan pada aspek pribadi hasil akumulasi data dikategorikan sangat setuju.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepakaran dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek pribadi remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin expert seorang *beauty vlogger* dalam membuat konten make up, maka akan makin berpengaruh ke pribadi atau personality seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja.

K. Pembahasan Subhipotesis Kesepuluh (Hubungan Antara Kepakaran (X3) Beauty Vlogger dengan Pendorong (Y2) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepakaran dengan aspek pendorong sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.518 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut sedang sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.40 sampai 0.599 dikategorikan sedang (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepakaran dikategorikan sangat setuju dan pada

aspek pendorong hasil akumulasi data dikategorikan setuju.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepakaran dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek pendorong remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin expert seorang *beauty vlogger* dalam membuat konten make up, maka seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja akan semakin terdorong untuk melakukan kegiatan yang kreatif.

L. 12. Pembahasan Subhipotesis Kesebelas (Hubungan Antara Kepakaran (X3) Beauty Vlogger dengan Proses (Y3) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepakaran dengan aspek proses sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.742 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepakaran dikategorikan sangat setuju dan pada aspek proses hasil akumulasi data dikategorikan ragu-ragu.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepakaran dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek proses remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin expert seorang *beauty vlogger* dalam membuat konten make up, maka akan makin berpengaruh ke proses seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja dalam membuat konten kreatif.

M. Pembahasan Subhipotesis Keduabelas (Hubungan Antara Kepakaran (X3) Beauty Vlogger dengan Produk (Y4) Remaja Perempuan)

Pada aspek kepakaran dengan aspek produk sesuai dengan perhitungan uji statistika rank spearman hasil yang didapat adalah 0.692 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut kuat sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi bahwa nilai dari 0.60 sampai 0.799 dikategorikan kuat (Sugiyono, 2019: 274). Sesuai dengan akumulasi jawaban responden pada analisis data responden pada aspek kepakaran dikategorikan sangat setuju dan pada aspek produk hasil akumulasi data dikategorikan ragu-ragu.

Terbukti bahwa adanya hubungan yang signifikan kearah kanan yang berarti positif searah antara kedua variabel tersebut, bahwa kepakaran dari 61 responden mengenai *beauty vlogger* berpengaruh terhadap aspek produk remaja perempuan. Kesimpulannya, semakin expert seorang *beauty vlogger* dalam membuat konten make up, maka akan makin berpengaruh ke kualitas produk dari kreasi seorang perempuan yang masih menginjak usia remaja.

IV. KESIMPULAN

1. Berdasarkan penelitian pada aspek daya tarik

beauty vlogger terdapat hubungan kuat yang signifikan terhadap aspek pribadi, pendorong dan produk dari kreativitas remaja perempuan. Khusus aspek proses dari kreativitas remaja perempuan terdapat hubungan sedang yang signifikan.

2. Berdasarkan aspek keterpercayaan *beauty vlogger* terdapat hubungan kuat yang signifikan terhadap aspek pribadi, pendorong, dan proses dari kreativitas remaja perempuan. Khusus aspek produk terdapat hubungan sedang yang signifikan.
3. Berdasarkan aspek kepakaran *beauty vlogger* terdapat hubungan kuat yang signifikan terhadap aspek proses dan produk kreativitas remaja perempuan. Khusus aspek pribadi dan pendorong terdapat hubungan sedang yang signifikan.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

Untuk saran teoritis, teori yang dipakai adalah Tingkat Kredibilitas Komunikator dan Aspek “Kreativitas” 4P. Berdasarkan hasil penelitian ini, belum dapat ditentukan apakah teori ini adalah yang paling valid dalam menentukan hubungan antar variable dari penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan kepada pembaca yang ingin melakukan penelitian yang serupa, untuk mencoba teori yang berbeda untuk dapat membandingkan hasilnya dengan penelitian ini.

B. Saran Praktis

Untuk saran praktis, penelitian ini menggunakan metode korelasional bivariat, yaitu mencari dan menguji keterkaitan antara 2 variabel dari objek yang diteliti, disarankan apabila ada pembaca yang ingin meneliti lebih lanjut, dapat dicoba dengan uji korelasi multivariat atau pengujian keterkaitan antara lebih dari 2 variabel sehingga dapat diperoleh data yang lebih akurat dan komprehensif dalam menentukan pengaruh suatu variable ke variable lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali Zaki, 2009, Kiat Jitu Membuat Website Tanpa Modal, Penerbit Elexmedia
- [2] Kusmiran, E. Kesehatan Reproduksi Remaja dan Wanita. Jakarta :SalembaMedika; 2014.
- [3] Munandar, Utami. (2014). Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat. Jakarta: Rineka Cipta.
- [4] Safko, Lon. The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 2012. Hlm 149 - 150.
- [5] Sarwono, S. Psikologi Remaja. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2011
- [6] Rakhmat, Jalaluddin. 2018. Psikologi Komunikasi. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- [7] Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : cv. Alfabeta.
- [8] Slameto. 2010. Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [9] Mariezka, Filza Intan. Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger

melalui Pengalaman Komunikasi Universitas Padjadjaran. 2018. (diakses, 17 September 2020, pukul 20.30)

- [10] Christine, Yoselvin. Konten Review Product Beauty Vlogger dan Minat Beli Mahasiswa (Studi Korelasional Pengaruh Konten Review Product Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Mahasiswa FISIP USU). Medan: USU (diakses pada tanggal 5 September 2020, pukul 14.25)
- [11] Rachmawati, Asri Aulia. Hubungan Intensitas Menonton Youtube Beauty Vlogger dan Persepsi Mengenai Kredibilitas Beauty Vlogger dengan Perilaku menggunakan Makeup oleh Remaja. Semarang: UNDIP. (diakses pada tanggal 5 September 2020, pukul 14.45)
- [12] Kalihputri, Griyani. 2018. Pengaruh Beauty Vlogger sebagai Endorser terhadap Brand Image Wardah pada Mahasiswi Kota Bandung. Bandung: Universitas Telkom (diakses pada tanggal 5 September 2020, pukul 15.37)
- [13] <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020> (diakses 30 Agustus, 16.15)
- [14] <https://instagram.com/jharnabhagwani> (diakses 30 Agustus 2020, 20.19)
- [15] <https://instagram.com/sellaliswa> (diakses pada 2 September 2020, 21.15)
- [16] <https://instagram.com/janineintansari> (diakses pada 2 September 2020, 22.10)
- [17] <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses pada 19 September 2020, 23.35) *Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan. Volume IV Nomor
- [18] Novilini, Olga Puspa, Hernawati, Riza. (2021). *Opini Member Mengenai Personal Selling Sales Moka Pos dalam Memasarkan Produk*. Jurnal Riset Public Relation, 1(1). 1-7