

Nomor Skripsi: 1676/UN40.A2.11/PP/2020

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE BEAUTY
VLOGGER TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN KULIT
WAJAH**

(Studi Korelasi pada Subscribers Channel YouTube Nanda Arsyinta)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



Oleh

Zahra Putri Nabilla

1600748

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Zahra Putri Nabilla

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE BEAUTY
VLOGGER TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN KULIT
WAJAH**

(Studi pada Subscribers Channel YouTube Nanda Arsyinta)

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

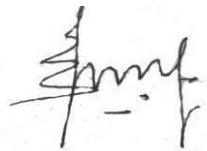
Pembimbing I,



Dr. Kusnendi, MS.

NIP. 1960012211984031003

Pembimbing II,



Welsi Damayanti, M.Pd.

NIP. 198212222009122

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
UPI,**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar, M.Si.

NIP. 198507172014041001

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE BEAUTY
VLOGGER TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN KULIT
WAJAH**

(Studi Korelasi pada Subscribers Channel YouTube Nanda Arsyinta)

Oleh
Zahra Putri Nabilla

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Zahra Putri Nabilla
Universitas Pendidikan Indonesia
2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
fotocopy, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Video *YouTube Beauty vlogger* Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah (*Studi Korelasi pada Subscribers Channel YouTube Nanda Arsyinta*)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari apabila ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, 29 Juni 2020

Yang membuat Pernyataan

Zahra Putri Nabilla
NIM. 1600748

ABSTRAK

Perkembangan teknologi sudah sangat beragam dan membuat hal ini berhubungan dengan kebutuhan masyarakat terhadap teknologi komunikasi terutama internet. Minat masyarakat terhadap komunikasi melalui internet sudah sangat tinggi, dan terbukti bahwa masyarakat sekarang lebih banyak menggunakan internet untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Di Indonesia sudah banyak sumber informasi kesehatan yang disebar melalui internet dan media sosial terutama *YouTube* lewat tayangan *beauty vlogger*. *YouTube* mampu mempengaruhi masyarakat secara efektif, karena dapat dengan mudah memperoleh akses terkait informasi kesehatan. *Beauty vlogger* kini sudah menjadi *opinion leader* dalam bidang kecantikan dan juga kesehatan kulit wajah karena mereka dianggap mempunyai kredibilitas saat memberikan informasi mengenai kesehatan kulit wajah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh frekuensi, durasi dan atensi terhadap kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional, dengan sampel yang digunakan yaitu 400 responden *subscribers channel YouTube* Nanda Arsyinta. Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori jarum hipodermik yang menunjukkan bahwa terpaan media akan berkorelasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi. berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa tayangan video *YouTube beauty vlogger* berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah.

Kata Kunci: Komunikasi Massa, Terpaan Media, Kebutuhan Informasi, Media Sosial *YouTube*.

ABSTRACT

The development of technology has been very diverse and makes this relate to the needs of the community for communication technology, especially the internet. Public interest in communication via the internet has been very high, and it is evident that more people are now using the internet to communicate and search for information. In Indonesia, there are many sources of health information distributed via the internet and social media, especially *YouTube* through the *beauty vlogger program*. *YouTube* is able to influence people effectively, because it can easily gain access to health information. *Beauty vlogger* has now become an *opinion leader* in the field of beauty and facial skin health because they are considered to have credibility when providing information about facial skin health. The purpose of this study was to determine whether the influence of frequency, duration and attention to the information needs of facial skin health. This research was conducted using a quantitative correlational method, with the sample used is 400 respondent's *subscribers to YouTube channel* Nanda Arsyinta. The theory underlying this research is the bullet theory which shows that media exposure will correlate with meeting information needs. based on the results of hypothesis testing found that video shows *YouTube beauty vloggers* significant effect on the need for facial skin health information.

Keywords: Mass Communication, Media Exposure, Information Needs, Social Media *YouTube*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana pada Departemen Ilmu komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Terpaan Tayangan Video *YouTube Beauty vlogger* Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah (*Studi Korelasi pada Subscribers Channel YouTube Nanda Arsyinta*)”. Studi ini terdiri dari lima bab yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Kajian Teori, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil Dan Pembahasan, Dan Bab V Kesimpulan, Implikasi, Rekomendasi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, baik dari segi isi maupun segi bahasa, karena keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik atau saran dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan pada masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin Yaa Rabbal’alamiin.

Bandung, 29 Juni 2020

Zahra Putri Nabilla

NIM. 1600748

UCAPAN TERIMA KASIH

Berbagai hambatan dan kesulitan penulis temukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Namun berkat bimbingan serta petunjuk, juga bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Karena itu, sangatlah tepat pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan dan kemampuan kepada penulis dan atas ridho-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, beserta keluarga besar civitas akademika Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti studi hingga mendapatkan gelar sarjana di Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Agus Mulyana, M. Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, penulis ucapkan terima kasih telah memberikan kesempatan untuk mengikuti studi hingga mendapatkan gelar Sarjana pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi terima kasih telah memberi semangat dari awal perkuliahan hingga saat ini, dan juga selalu memberikan masukan, petunjuk dan dorongan semangat dengan penuh keikhlasan atas ilmu dan pengetahuan yang beliau berikan.
5. Bapak Dr. Kusnendi, MS. selaku dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dalam kesibukannya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, petunjuk, sumbangan pikiran dan dorongan semangat dengan penuh ketulusan, keikhlasan, kesabaran, atas ilmu dan pengalaman yang beliau berikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan yang telah

memberikan motivasi, semangat dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi.

6. Ibu Welsi Damayanti, M.Pd. selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dalam kesibukannya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, petunjuk, sumbangan pikiran dan dorongan semangat dengan penuh ketulusan, keikhlasan, kesabaran, atas ilmu dan pengalaman yang beliau berikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
7. Bapak Firman Azis, M.Pd. selaku dosen wali yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dukungan dan keikhlasan kepada penulis dalam menyelesaikan studi akademik di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Kedua orang tua tercinta, Bunda dan Ayah dalam semasa hidupnya yang senantiasa memberikan cinta, kasih sayang, perhatian moral dan material, semangat dan dukungan yang mengalir tiada henti, pengorbanan yang tulus, nasihat yang sangat berarti bagi penulis serta doa yang tulus bagi penulis.
10. Fikri Reformasi yang selalu menemani, mendukung, membantu dan menjadi tempat untuk berkeluh kesah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada seluruh responden penelitian ini yaitu *Subscribers Channel YouTube Nanda Arsyinta* yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan keadaan yang sebenar-benarnya.
12. Ghina Fau, Shaskya, Zizi, Jer, dan Landau yang senantiasa selalu ada memberikan semangat, doa, dukungan, sudut pandang paling adil dan senantiasa menjadi sahabat penulis dari masa awal perkuliahan sampai dengan akhir perkuliahan.
13. Fida, Aulia dan Intan yang senantiasa memberikan cinta dan semangat kepada

penulis dalam proses pembuatan skripsi.

14. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi 2016 atas kerjanya.
15. Fanny Livia rekan kerja saat PPL Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Periode Januari - Maret 2020 terima kasih atas dukungan yang selalu diberikan kepada penulis.
16. Pihak lainnya yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh bantuan dan amal baik tersebut, sangat besar artinya bagi penulis dan sungguh tidak ternilai harganya. semoga segala kebaikan dan ketulusan tersebut dibalas oleh Allah Swt. dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin Yaa Robal'alamiin.

Bandung, 29 Juni 2020

Zahra Putri Nabilla
160748

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Terpaan Media	10
2.2 Kebutuhan Informasi	11
2.3 Informasi Kesehatan Kulit Wajah.....	13
2.4 Media Sosial <i>YouTube</i>	14
2.5 Tayangan <i>Beauty vlogger</i>	17
2.6 Teori Jarum Hipodermik.....	19
2.7 Teori <i>New Media</i>	20
2.8 Penelitian Terdahulu	22
2.9 Kerangka Berpikir.....	27
2.10 Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29

3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	29
3.2	Pendekatan Penelitian	29
3.3	Desain Penelitian	30
3.3.1	Populasi dan Sampel.....	30
3.3.2	Operasional Variabel	32
3.3.3	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	39
3.3.4	Uji Validitas dan Realibilitas	40
3.3.5	Rancangan Analisis Data	44
3.4	Teknik Analisis Data.....	45
3.5	Uji Hipotesis Penelitian	47
3.5.1	Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	47
3.5.2	Uji Simultan (Uji F).....	48
3.5.3	Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Subjek Penelitian	50
4.2	Karakteristik Responden.....	51
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.3	Analisa Deskripsi Tanggapan Responden.....	53
4.3.1	Deskripsi Menonton Tayangan Video <i>Beauty vlogger</i>	54
4.3.2	Deskripsi Menonton Tayangan Video <i>Beauty vlogger</i> Persub Variabel.....	56
4.3.3	Deskripsi Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah.....	61
4.4	Analisis Data.....	63
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	63
4.4.1.1	Uji Normalitas.....	64
4.4.1.2	Uji Multikolineritas.....	66
4.4.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.4.2	Uji Hipotesis	68
4.5	Pembahasan	70
4.5.1	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Menonton Tayangan <i>Beauty vlogger</i> Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah.....	70

4.5.2	Hasil Penelitian Pengaruh Variabel Menonton Tayangan <i>Beauty vlogger</i> Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah	71
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Implikasi	74
5.2.1	Implikasi Teoritis	75
5.2.2	Implikasi Praktis	75
5.3	Rekomendasi.....	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Video dengan Viewers terbanyak di Channel YouTube Nanda Arsyinta	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Kriteria Bobot Nilai Pernyataan	39
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Uji Validitas Instrumen Variabel X.....	41
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Uji Validitas Instrumen Variabel Y	41
Tabel 3.5 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	45
Tabel 4.1 Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Distribusi Umur Pengguna YouTube	51
Tabel 4.3 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	53
Tabel 4.4 Deskripsi Menonton Tayangan	54
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Menonton Tayangan.....	55
Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi.....	56
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi	57
Tabel 4.8 Deskripsi Durasi	57
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Durasi.....	58
Tabel 4.10 Deskripsi Atensi	59
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Atensi	60
Tabel 4.12 Deskripsi Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah	61
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah.....	62
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	63
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas	65
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Multipel Hubungan Terpaan	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Channel YouTube Beauty Vlogger Nanda Arsyinta	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4.1 Profil Akun YouTube Channel Nanda Arsyinta	49
Gambar 4.2 Konten YouTube Nanda Arsyinta	50
Gambar 4.1 Grafik Normalitas P-P Plot	64
Gambar 4.4 Grafik Normalitas Histogram	64
Gambar 4.5 Grafik Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aan, Munawar Syamsudin. (2013). *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abdurrahmat, Fathoni. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardianto, E., Erdinaya, L. (2004). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz Alimul, Hidayat. (2007). *Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Badri, Muhammad. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Budiargo, Charles. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications. London
- Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way Into Your Bussines Strategy and Culture*. Burlington, Linkage.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Euginea, Siaper. (2012). *Understanding New Media*. London: ECTY ISP, I Oliver's Yard.
- Fraenkel, Jack R., Norman, E Wallen. (2012). *How to Design and Evaluate Research Education, 8th Edition*. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Guha, B. (2004). *Documentation and Information*. World Press: New Delhi.

- Hair, Joseph F., et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition. New York: Prentice Hall International.
- Hamidati, Anis. (2011). *Komunikasi 2.0, Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (Aspikom), Buku Litera, Perhumas, BPC Yogyakarta.
- Hikmat, Mahi. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Bandung: Graha Ilmu
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Kusnendi. (2008). *Model-Model Persamaan Struktural: Satu dan Multigroup Sampel dengan LISREL*. Bandung: Alfabeta.
- Kusnendi. (2017). *Handbook Metode Penelitian*. Bandung.
- Lexy, J. Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, W Stephen., Foss, A Karen. (2009). *Theories of Human Communications, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Dennis. (2000). *Mass Communication Theory, Fourth Edition*. London: Thousands Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Neni, Yulianita., Ninok, Leksono. (2011). *Corporate and Marketing Communications*. Bandung: Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi.
- Nurudin. (2003). *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.
- Rakhmat, Jalaludin. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rohmana, Y. (2010). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi.
- Satibi, Iwan. (2012). *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: Ceplas.
- Severin, W. J., Tankard, J. W. (2008). *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.

- Thurlow, Chrispin., Lengel, Laura., Tomic, Alice. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Intraction and The Internet*. London: Sage Publications.
- Tranggono, R.I., Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- West, Richard., Turner, L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widyatama, Rendra. (2009). *Buku Pengantar Periklanan, Cetakan 6*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wimmer, R.D & Dominick, J.R., (2011). *Mass Media Research: An Introduction, Ninth Edition*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarna Indonesia.
- Yusuf, Pawit. (2009). *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

Jurnal:

- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2, 1-14.
- Andriana, Riska. (2014). Minat Konsumen Terhadap Perawatan Kulit Wajah dengan Metode Mikrodermabrasi di Viota Skin Care Kota Malang. *E-Journal Tata Rias*, 03 (01), 200-208.
- Aprilya, Witri. (2014). Pengaruh Altruisme dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Layanan Jaringan Sosial di Media Sosial.
- Apuke, Oberiri. (2016). Quantitative Research Methods: A Synopsis Approach. *Arabian Journal of Business and Management Review (Kuwait Chapter)*. Vol. 6 (10), 40-47.
- Basch, H. C., Jackson, A. M., Yin, Jinjing., Hammond, R. N., Adhikari, Atim., Fung, I. C. (2018). English Language YouTube Videos as a Source of Lead Poisoning Related Information: A Cross-sectional Study. *International Journal of Occupational and Environment Health*, 1-6
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a Tool of Communication and Its Potential for Technology Enabled Connections: A Micro-Level Study. *International Journal Scientific and Research Publications*, 2 (5), 1-10

- Brodalski, Diane., Brink, Heather., Curtis, J., Diaz, S., Schindelar, J., Shannon, C., Wolfson, C. (2011). *The Health Communicator's Social Media Toolkit*. Center for Disease Control and Prevention.
- Conway, C. (2014). The Vlogger Entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 15 (4).
- David, Ruthellia., Sondakh, Mariam., Harilama, Stefi. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam *YouTube* terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal "Acta Diurna"*, vol. 6, 1-18.
- Eriana. (2018). Efek Program *Monthly Favorites* Dalam Akun *YouTube* Suhay Salim terhadap Perilaku Konsumtif *Fanbase* Tersuhaylah.
- Faiqah, Fatty., Nadjib, M., Amir, Andi. (2016). *YouTube* Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5 (2), 259-272.
- Fischer, T. (2014). Makeup, *YouTube*, and Amateur Media in the Twenty First Century. *University of Calgary: Undergraduate Film Journal*, 2014 (13), 1-8
- Garg, Neetika., Venkatraman, A., Pandey, Ambarish., Kumar, Nilay. (2015). *YouTube* as a Source of Information on Dialysis: A Content Analysis. *Asian Pacific Society of Nephrology*.
- Garg, Manish. (2016). Information Seeking Behaviour Models: A Brief Introduction. *International Journal of Library and Information Studies*, 6(1), 161-168.
- Katz, E., Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratification Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37, 509-523
- Kottner, Jan., Surber, Christian. (2016). Skin Care in Nursing: A Critical Discussion of Nursing Practice and Research. *International Journal of Nursing Studies*, 61, 20-28.
- Kwok, T. M. Y., Singla, A. A., Phang, Kevin., Lau, Annie. (2016). *YouTube* as a Source of Patient Information for Varicose Vein Treatment Options. *Journal of Vascular Surgery: Venous and Lymphatic Disorders*, 5 (2), 238-243
- Latta, M.M., Thompson, C. M. (2011). The *YouTube* Effect: How *YouTube* Has Provided New Ways to Consume, Create and Share Music. *International Journal of Education and Arts*, 12 (6), 1-28
- Madathil, K. C., Rodriguez, A. J., Greenstein, J. S., Gramopadhye. A. K. (2014). Healthcare Information on *YouTube*: A Systematic Review. *Health Informatics Journal*, 0 (0), 1-22
- Mariezska, F. I., Hafar, H., Yustikasari. (2018). Pemaknaan Profesi *Beauty vlogger* Melalui Pengalaman Komunikasi. *Journal of Communication*, 2 (2), 95-111

- Noor, N.M., Muhamad, N.J., Noor, A.S., Mustafa, Zuriani. (2018). Development of Skin Care Routine Support System. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 1-6.
- Paravina, Mirjana. (2018). The Role of Diet in Maintaining Healthy Skin. *Journal of Dermatologu and Cosmetology*, 2 (6), 122-125.
- Putri, H.K.E., Fuady, M. E. (2018). Hubungan antara Tayangan *YouTube* “Female Daily Network” dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Netizen. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4 (2), 714-718
- Qadir, Iman Khalid., Zainnudin, Yusserie. (2011). The Impact of Media Exposure on Intention to Purchase Green Electronic Products amongst Lecturer. *International Journal of Business Management*, 6 (3), 240-248.
- Rahmawan, D., Hafiar, H., Narotama, J. (2017). Peran *Vlogger* Sebagai *Online Influencer* dalam Industri Media *Digital* di Indonesia. *Promedia*, 3 (2), 183-206
- Robson, Andrew., Robinson, Lyn. (2013). Building on Models of Information Behavior: Linking Information Seeking and Communication. *Journal of Documentation*, 69 (2), 169-193
- Sari, Dyan. (2016). Pengaruh Terpaan Tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans 7 Terhadap Sikap Empati Ibu Rumah Tangga RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 4 (4), 161-174
- Sinaga, R.E.M., Kusumawati, Andriani. (2018). Pengaruh *YouTube Beauty vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63 (1), 187-196.
- Welss, William., John Burnett., Sandra Moriarty. (2004). *Adversiting: Principles and Practise. Fifth Edition. Upper Sadle River*. New Jersey: Prentice-Hall International Inc.
- Wilson, T.D. (1981). On User Studies and Information Needs. *Journal of Librarianship*.
- Yulianah. (2009). Kebutuhan Informasi Pemustaka: Studi Kasus di Perpustakaan Keliling Kota Administrasi. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*