REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN *VLOG*

(Studi Fenomenologi *Vlog* Jovi Adhiguna)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar

Magister Pendidikan Sosiologi

Disusun oleh:

Ayudha Puspita

1706784

MAGISTER PENDIDIKAN SOSIOLOGI

SEKOLAH PASCASARJANA

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2021

AYUDHA PUSPITA, 2021
REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN VLOG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN *VLOG* (STUDI FENOMENOLOGI *VLOG* JOVI ADHIGUNA)

oleh

Ayudha Puspita
1706784

Sebuah tesis yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar magister pada Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia

© Ayudha Puspita

Universitas Pendidikan Indonesia

Januari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang.

Tesis ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dicetak ulang, difotokopi, atau dengan cara lainnya tanpa izin dari penulis.

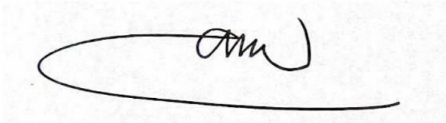
REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN *VLOG* (STUDI FENOMENOLOGI *VLOG* JOVI ADHIGUNA)

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si
NIP. 19660425 199203 2 002

Pembimbing II



Dr. Yadi Ruyadi, M.Si
NIP. 19620516 198903 1 002

Mengetahui,
Ketua Program StudiPendidikan Sosiologi Pascasarjana

Dra. Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D
NIP. 19680403 199103 2002

LEMBAR PENGESAHAN
TESIS

REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN *VLOG*

(Studi Fenomenologi *Vlog* Jovi Adhiguna)

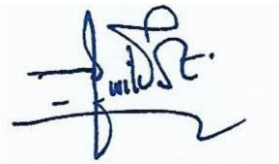
Ayudha Puspita
1706784

Disetujui dan disahkan oleh :

Penguji 1

Dra. Hj. Siti Komariah, M.Si. Ph.D
NIP. 19680403 199103 2 002

Penguji 2



Dr.Wilodati, M.Si
NIP. 1968114199203 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi

Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia

Dra. Hj. Siti Komariah, M.Si. Ph.D
NIP. 19680403 199103 2 002

REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN *VLOG* (STUDI FENOMENOLOGI *VLOG* JOVI ADHIGUNA)

Ayudha Puspita
Elly Malihah Setiadi
Yadi Ruyadi
Email : ayudhapuspita@upi.edu
Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Representasi makna cantik merupakan suatu bentuk menampilkan ulang makna cantik yang dilakukan oleh para mahasiswi sebagai bentuk aktualisasi diri mereka di masyarakat. Representasi makna cantik yang dilakukan oleh para mahasiswi terinspirasi dari salah seorang *influencer* laki-laki yang berpenampilan layaknya seorang perempuan yang bernama Jovi Adhiguna. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana para mahasiswi merepresentasikan makna cantik setelah menonton *vlog* Jovi untuk dapat mengaktualisasikan dirinya serta memahami bagaimana pola interaksi yang terjadi diantara para mahasiswi dengan kerabat dan lingkungan sekitarnya berkaitan dengan tampilan dari para mahasiswi setelah mengikuti representasi dari *vlog* Jovi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Peneliti melakukan wawancara kepada para mahasiswi, kerabat mahasiswi, serta pakar. Terdapat empat hasil penelitian, yang pertama ada dua bentuk representasi makna cantik para mahasiswi yaitu menampilkan riasan wajah dan juga penggunaan pakaian bagi mahasiswi. Yang kedua terdapat pengaruh peningkatan percaya diri dan rasa puas dari para mahasiswi sebagai bentuk aktualisasi diri. Yang ketiga terdapat dua pola interaksi sosial yang terjadi antara para mahasiswi dengan kerabat serta lingkungan sekitar yaitu pola interaksi langsung dan tidak langsung. Selanjutnya yang keempat terdapat hasil penelitian mengenai implikasi terhadap pembelajaran sosiologi yaitu terdapat nilai dan norma sosial yang berlaku di masyarakat yang disesuaikan oleh para mahasiswi serta terbentuknya kelompok sosial dengan para anggota yang mengikuti Jovi pada akun media sosialnya.

Kata Kunci : Aktualisasi diri, Makna cantik, Representasi

REPRESENTATION IN THE MEANING OF BEAUTY IN SELF-ACTUALIZATION OF SOCIAL INTERACTION PATTERNS THROUGH VLOG CONTENT (PHENOMENOLOGY RESEARCH OF JOVI ADHIGUNA'S VLOG)

Ayudha Puspita
Elly Malihah Setiadi
Yadi Ruyadi
Email : ayudhapuspita@upi.edu
Pendidikan Indonesia University

ABSTRACT

Meaning of beauty representation is a form of re-appearance performed by female college students as a form of actualization of themselves in community. The representation of meaning of beauty performed by the students came from one of the male influencers who looked like a woman named Jovi Adhiguna. The purpose of this researh was to find out how the students represented the meaning of beauty after watching Jovi's vlog to be able to actualize themselves and how the interaction patterns occurred between the female college students with theirs relatives and surroundings related to the appearance of the female students after following the representation from Jovi's vlog. This research used qualitative approach with phenomenological method. In this research, researchers conducted interviews with female college students, female college student relatives, and experts. There are four result from the research, the first, there are two forms of representation from the meaning of beauty for female collage students, specifically displaying facial make-up and also the use of clothes for female collage students. Secondly, there is an increase of self-confidence and satisfaction from female collage students as a form of self-actualization. Third, there are two patterns of social interaction that occur between female collage students and their relatives along with their surrounding, that is the patterns of direct and indirect interactions. The fourth, There are results regarding the implications for sociology learning from the research, that is there are social values and norms that apply in society that are adjusted by female students and the formation of social groups with members who follow Jovi on their social media accounts.

Keywords: Meaning of beauty, Representation, Self Actualization

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ……..... i

ABSTRAK ..... **Error! Bookmark not defined.**

ABSTRACT..... **Error! Bookmark not defined.**

KATA PENGANTAR……..... iv

UCAPAN TERIMA KASIH v

DAFTAR ISI..... xii

DAFTAR TABEL xviiii

DAFTAR GAMBAR..... xixi

DAFTAR LAMPIRAN..... **Error! Bookmark not defined.**i

BAB I PENDAHULUAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.1 Latar Belakang ..... Error! Bookmark not defined.

1.2 Rumusan Masalah **12**

1.3 Tujuan Penelitian **12**

1.4 Manfaat Penelitian..... **13**

1.5 Struktur Organisasi Tesis **14**

BAB II KAJIAN PUSTAKA..... 15

2.1 Konsep Representasi **15**

2.1.1 Pengertian Representasi 15

2.1.2 Proses Terjadinya Representasi 16

2.2 Konsep Aktualisasi Diri..... **17**

2.2.1 Pengertian Aktualisasi Diri 17

2.2.2 Aspek-aspek Aktuliasasi Diri..... 20

2.2.3 Faktor-faktor Aktualisasi Diri 21

2.3 Konsep *Vlog* 21

2.3.1 Pengertian *Vlog* 21

2.3.2 Pengertian *Vlogger* 23

2.4 Teori Interaksi Simbolik 24

2.4.1 Definisi Interaksi Simbolik 24

2.4.2 Konsep Dasar Interaksi Simbolik 25

2.5 Teori Dramaturgi 29

2.5.1 Sejarah Dramaturgi 29

2.5.2 Konsep Dramaturgi 31

2.6 Teori Simulakra 36

2.6.1 Konsep Dasar Simulakra 36

2.6.2 Citra Penampilan Simulakra 38

2.7 Teori Interaksi Sosial 41

2.7.1 Definisi Interaksi Sosial 41

2.7.2 Konsep Dasar Interaksi Sosial 42

2.7.3 Syarat Terjadinya Interaksi Sosial 44

2.7.4. Faktor Terjadinya Suatu Interaksi Sosial 46

2.8 Penelitian Terdahulu 47

2.9 Kerangka Berpikir 49

BAB III METODE PENELITIAN 51

3.1 Desain Penelitian 51

3.2 Lokasi dan Partisipan Penelitian 52

3.2.1 Lokasi Penelitian 52

3.2.2 Partisipan Penelitian 52

3.3 Teknik Pengumpulan Data Penelitian 53

3.3.1 Wawancara 53

3.3.2 Observasi (Pengamatan) 54

3.3.3 Studi Dokumentasi 55

3.4 Instrumen Penelitian 55

3.5 Teknik Analisis Data 56

3.5.1 *Data Reduction* (Reduksi Data) 56

3.5.2 *Display Data* (Penyajian Data) 56

3.5.3 *Conclusion Drawing Verification* (Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi) 57

3.6 Uji Keabsahan Data 57

3.6.1 Triangulasi Sumber Data 58

3.6.2 Triangulasi Teknik 58

3.7 Isu Etik 59

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN 60

4.1 Deskripsi Umum Lokasi Penelitian 60

4.1.1 Gambaran Lokasi Penelitian 60

4.1.2 Kondisi Penduduk di Kota Bandung 63

4.1.3 Gambaran Kondisi Perguruan Tinggi di Kota Bandung 64

4.2 Profil Informan 66

4.3 Temuan Penelitian 66

4.3.1 Bentuk Representasi Makna Cantik Para Mahasiswi terhadap Konten *Vlog* Jovi Adhiguna 67

4.3.1.1 Latar Belakang Para Mahasiswi Menonton *Vlog* Jovi Adhiguna.. 67

4.3.1.2 Proses Simulasi dan Hasil Representasi Makna Cantik Para Mahasiswi 75

4.3.2 Pengaruh Representasi Makna Cantik dalam Konten *Vlog* Jovi Adhiguna terhadap Aktualisasi Diri Para Mahasiswi..... 81

4.3.2.1 Pengaruh Representasi Makna Cantik terhadap Aktualisasi Diri Mahasiswi 81

4.3.2.2 Pandangan terhadap Aktualisasi Diri Mahasiswi yang Mengikuti *Vlog* Jovi Adhiguna..... 87

4.3.3 Pola Interaksi Sosial Mahasiswi dalam Merepresentasikan Makna Cantik sebagai Bentuk Aktualisasi Diri 92

4.3.3.1 Pola Interaksi Sosial Antara Mahasiswi dengan Lingkungannya . 92

4.3.4 Implikasi Representasi Makna Cantik dalam Aktualisasi Diri terhadap Pola Interaksi Sosial Melalui Konten *Vlog* dalam Kajian Pembelajaran Sosiologi..... 96

4.3.4.1 Implikasi terhadap Pembelajaran Sosiologi 96

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 99

4.4.1 Bentuk Representasi Makna Cantik Para Mahasiswi terhadap Konten *Vlog* Jovi Adhiguna 99

4.4.2 Pengaruh Representasi Makna Cantik dalam Konten *Vlog* Jovi Adhiguna terhadap Aktualisasi Diri Para Mahasiswi 104

4.4.3 Pola Interaksi Sosial Mahasiswi dalam Merepresentasikan Makna Cantik sebagai Bentuk Aktualisasi Diri 109

4.4.4 Implikasi Representasi Makna Cantik dalam Aktualisasi Diri terhadap Pola Interaksi Sosial Melalui Konten *Vlog* dalam Kajian Pembelajaran Sosiologi 114

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI 120

5.1 Simpulan 120

5.2 Implikasi 122

5.3 Rekomendasi 123

DAFTAR PUSTAKA 126

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Mengenai Representasi Makna Cantik dalam Pengaktualisasian Diri Melalui Konten *Vlog* 48

Tabel 4.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Bandung 61

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin 63

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun keatas Menurut Jenis Kelamin dan Ijazah/STTB Tertinggi yang Dimiliki 64

Tabel 4.4 Jumlah Perguruan Tinggi di Provinsi Jawa Barat..... 65

Tabel 4.5 Jumlah Perguruan Tinggi di Kota Bandung 65

Tabel 4.6 Latar Belakang Para Mahasiswi, Kerabat Mahasiswi, dan Pakar Tertarik Menonton *Vlog* Jovi Adhiguna..... 73

Tabel 4.7 Proses Simulasi dan Hasil Representasi Makna Cantik Para Mahasiswi 80

Tabel 4.8 Pengaruh Representasi Makna Cantik terhadap Aktualisasi Diri Mahasiswi..... 85

Tabel 4.9 Pandangan terhadap Aktualisasi Diri Mahasiwi yang Mengikuti *Vlog* Jovi 90

Tabel 4.10 Pola Interaksi Sosial Mahasiswi dalam Merepresentasikan Makna Cantik sebagai Bentuk Aktualisasi Diri 95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Masyarakat Indonesia yang Terkoneksi Internet..... 3

Gambar 1.2 Peningkatan Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia..... 3

Gambar 1.3 Penampilan Diri Jovi Adhiguna..... 6

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Mengenai Representasi Makna Cantik dalam Pengaktualisasian Diri Melalui Konten *Vlog* 50

Gambar 3.1 Triangulasi Sumber Data 58

Gambar 3.2 Triangulasi Teknik 59

Gambar 4.1 Peta Kota Bandung 62

Gambar 4.2 Pemberian Motivasi yang ada didalam *Vlog* Jovi 69

Gambar 4.3 Representasi Salah Satu Mahasiswi sebagai Bentuk Aktualisasi Diri..... 71

Gambar 4.4 Wawancara kepada Pakar atau Ahli..... 72

Gambar 4.5 Salah Satu Inspirasi *Make Up* dari Jovi kepada Para *Followers*..... 76

Gambar 4.6 Hasil Representasi Makna Cantik Salah Satu *Followers* Jovi 77

Gambar 4.7 Hasil Representasi Salah Satu Mahasiswi setelah Menonton *Vlog* Jovi..... 79

Gambar 4.8 Hasil Representasi Makna Cantik sebagai Aktualisasi Diri Mahasiswi 84

Gambar 4.9 Hasil Penampilan Ulang Mahasiswi sebagai Bentuk Aktualisasi..... 84

Gambar 4.10 *Review Skincare* untuk Para Mahasiswi dalam *Vlog* Jovi..... 88

Gambar 4.11 Aktualisasi Diri Salah Satu Mahasiswi dalam Berpenampilan..... 89

Gambar 4.12 Wawancara dengan Ahli atau Pakar 97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Daftar Informan

Lampiran 4 Hasil Transkrip Wawancara

Lampiran 5 Analisis Data Hasil Wawancara

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abu, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.

Alwisol. (2009). *Psikologi kepribadian, edisi revisi*. Malang: UMM Press.

Bachtiar, W. (2006). *Sosiologi Klasik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Barker, C. (2005). *Cultural Studies, Theory and Practice.* Australia: Sage Publications.

Barker, C. (2011). *Cultural Studies*. Bantul: Kreasi Wacana.

Barnard, M. (2011). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Basrowi, & Sudikin. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.

Baudrillard, J. (1985). *Simulacra and Simulation*. London: Sage Publications Ltd., Galilee & University of Michigan.

Baudrillard, J. (1987). *Forget Foucault & Forget Baudrillard*. New York: Penguin Books.

Baudrillard, J., Foss, P., Patton, P., & Beitchman, P. (1983). Simulations.

Berger, A. A. (2004). *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Boeree, C. . (2008). *Personality Theories, Melacak Kepribadian Anda Bersama Psikolog Dunia*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Bogdan, & Taylor. (2001). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.

Burton, G. (2012). *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.

Chaer, A., & Agustina, L. (2004). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Charon, J. M. (1979). *Symbolic Interactionism*. United State Of Amerika: Prentice Hall Inc.

Creswell, J. . (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Damsar. (2015). *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Kencana.

Fisher, B. A. (1986). *Teori-teori Komunikasi: Perspektif Mekanistis, Psikologis, Interaksional, dan Pragmatis.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fiske, J. (2004). *Cultural and communication studies (Sebuah pengantar paling komprehensif)*. Bandung: Jalasutra.

Gerungan, W. . (1983). *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.

Gerungan, W. . (2003). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Eresco Bandung.

Giles, J., & Middleton, T. (1999). *Studying Culture: A Practical Introduction*. Oxford: Blackwell Publisher.

Hall, S. (1997). *REPRESENTATION Cultural Representations and Signifying Practices*. *Sage Publications*.

Hendrix, J. S., & Carman, C. H. (2010). *Renaissance Theory of Vision.* England: Ashgate.

Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Koentjaraningrat. (1985). *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia.

Lechte, J. (2001). *50 Filsuf Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Lubis, A. Y. (2014). *Posmodernisme; Teori dan Metode.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Luers, W. (2007). Cinema Without Show Business: a Poetics of Vlogging. *Post Identity*, *5*(1).

Macionis, J. J. (2006). *Society the Basic* (Eight Edit). Jakarta: New Jersey, Upper Saddle River.

Margaretha, S. (2001). *Hiperrealitas dan Ruang Publik*. Jakarta: Penaku.

Maslow, A. H. (1970). *MOTIVATION AND PERSONALITY*. USA: Harper & Row, Publishers, Inc.

Masyur, M. C. (1984). *Sosiologi Masyarakat Desa dan Kota*. Surabaya: Usaha Nasional.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Media, L. (2009). *Youtube & Google Video; Membuat, Mengedit dan Upload Video*. Yogyakarta: Penerbit MediaKom.

Miles, M. B., & Huberman, M. A. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.

Mulyana, D. (2006). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Murkami, K. (1995). Bairando to Terebi Bunka. *Bulletin Takaoka National Collage*, *6*.

Narwoko, D. (2004). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Paul, B. H., & Hunt, C. L. (1984). *Sosiologi*. Jakarta: Ciralas.

Peursen, C. . (1988). *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.

Rahmiati. (2013). *Merias Diri*. Padang: UNP Press.

Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Ritzer, G. (2015). *Teori Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Santoso, E., & Setiansah, M. (2012). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Santoso, S. (2010). *Teori-teori psikologi sosial*. Yogyakarta: Reflika Aditama.

Santrock, J. W. (2007). *Remaja. Penerjemah: Benedictine Widyasinta.* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Schultz, D. (1993). *Psikologi Pertumbuhan: Model-Model Kepribadian Sehat. (Terjemahan Yustinus).* Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Shaw. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: Rosdakarya.

Soekanto, S. (1982). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soeprapto, R. (2002). *Interaksi Simbolik, Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Averrpes Press dan Pustaka Pelajar.

Supardan, D. (2011). *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sutardi, T. (2007). *Antropologi: Mengungkap Keragaman Budaya.* Bandung: Setia Purna Inves.

Tang, M. (2016). *Effects of vlogger race on perceived credibility, self- efficacy and behavioral intentions towards weight loss*. Syracuse University.

Thibaut, & Kelley. (2008). *Teori Sosiologis Edisi Keenam*. Jakarta: Rineka Cipta.

Veeger, K. . (1993). *Realitas Sosial, Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu – Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi.* Jakarta: Gramedia.

Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wardiah, S., & Dkk. (2004). *Sosiologi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Widodo, S. (2010). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing.

West, R., & Turner, L. H. (2008). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 3 Ed. Penerjemah Maria Natalia Damayanti Maer. 2009. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3.* Jakarta: Salemba Humanika.

Wolf, N. (2002). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.

Zuriah, N. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori-Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Jurnal dan Internet

Abu, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.

Adhani, R. A. (2013). Pengaruh kebutuhan aktualisasi diri dan beban kerja terhadap prestasi kerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *1*(4), 1223–1233.

Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *Mediator*, *9*(2), 301–306.

Alwisol. (2009). *Psikologi kepribadian, edisi revisi*. Malang: UMM Press.

Amirullah, N. (2017). *PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA AKTUALISASI DIRI KOMUNITAS MINIATUR FIGUR INDONESIA DI BALIKPAPAN*. Universitas Hasanuddin. Retrieved from http://www.albayan.ae

Arsita, A. (2017). SIMULAKRA BAUDRILLARD DALAM MULTIDIMENSI POSMODERNISME: KAJIAN FOTOGRAFI MAKANAN DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Rekam*, *13*(2), 85–98.

Azhar, I., Zulfikar, Akbar, I., & Dewi, S. Y. (2018). INTERAKSI VIRTUAL REMAJA DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(1).

Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, *2*(1), 38–48.

Bachtiar, W. (2006). *Sosiologi Klasik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Badriya, L., Fitriyah, N., & Sary, K. A. (2018). PERSEPSI AUDIENS TERHADAP KECANTIKAN PEREMPUAN OLEH BEAUTY VLOGGER DI YOUTUBE (STUDI PADA MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI FISIP UNMUL). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(4), 357–371.

Barker, C. (2005). *Cultural Studies, Theory and Practice.* Australia: Sage Publications.

Barker, C. (2011). *Cultural Studies*. Bantul: Kreasi Wacana.

Barnard, M. (2011). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Basrowi, & Sudikin. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.

Baudrillard, J. (1985). *Simulacra and Simulation*. London: Sage Publications Ltd., Galilee & University of Michigan.

Baudrillard, J. (1987). *Forget Foucault & Forget Baudrillard*. New York: Penguin Books.

Baudrillard, J., Foss, P., Patton, P., & Beitchman, P. (1983). Simulations.

Berger, A. A. (2004). *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Boeree, C. . (2008). *Personality Theories, Melacak Kepribadian Anda Bersama Psikolog Dunia*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Bogdan, & Taylor. (2001). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.

Burton, G. (2012). *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.

Chaer, A., & Agustina, L. (2004). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Charon, J. M. (1979). *Symbolic Interactionism*. United State Of Amerika: Prentice Hall Inc.

Christian, A. J. (2009). Real vlogs: the rules and meanings of online personal videos. *First Monday*, *14*(11).

Cilesiz, S. (2011). A phenomenological approach to experiences with technology: current state, promise, and future directions for research. *Education Tech Research Dev*, *59*, 487–510. https://doi.org/10.1007/s11423-010-9173-2

Ciszek, E. L. (2016). Digital activism: How social media and dissensus inform theory and practice. *Public Relations Review*, *42*(2), 314–321. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.02.002

Creswell, J. . (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Damsar. (2015). *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Kencana.

David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal "Acta Diurna," VI*(1), 1–18.

Dinu, D. (2016). Key elements pertaining to baudrillard ' s analysis of postmodern culture and society. *On-Line Journal Modelling the New Europe*, (18), 103–116.

Firdaus, G., Budiati, A. C., & Nurhadi. (2016). FASHION SEBAGAI KOMUNIKASI IDENTITAS SOSIAL MAHASISWA.

Fisher, B. A. (1986). *Teori-teori Komunikasi: Perspektif Mekanistis, Psikologis, Interaksional, dan Pragmatis.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fiske, J. (2004). *Cultural and communication studies (Sebuah pengantar paling komprehensif)*. Bandung: Jalasutra.

Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. *Jurnal Interaksi*, *4*(1), 101–108.

Funay, C. M., & Rahmiaji, L. R. (2018). Representasi Androgini Jovi Adhiguna di Video Blog YouTube. *Universitas Diponegoro*.

Gerungan, W. . (1983). *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.

Gerungan, W. . (2003). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Eresco Bandung.

Gilbert, E., & Karahalios, K. (2009). Predicting Tie Strength With Social Media. *International Journal of Environmental and Science Education*, *11*(11), 4751–4759. https://doi.org/10.1145/1518701.1518736

Giles, J., & Middleton, T. (1999). *Studying Culture: A Practical Introduction*. Oxford: Blackwell Publisher.

Halikin. (2014). *ANALISIS POLA INTERAKSI MASYARAKAT PENDATANG TERHADAP MASYARAKAT LOKAL Di SUMBAWA BARAT Studi di Kecamatan Maluk, Sumbawa Barat, NTB*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Hall, S. (1997). *REPRESENTATION Cultural Representations and Signifying Practices*. *Sage Publications*.

Hanifah, N. (2005). *Hubungan Dukungan Sosial dan Kecenderungan Berpikir Positif dengan Aktualisasi Diri pada SiswaSiswi SMPLB Bagian Tuna Daksa*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hendrix, J. S., & Carman, C. H. (2010). *Renaissance Theory of Vision.* England: Ashgate.

Herlina, M., & Islami, L. (2016). HUBUNGAN ANTARA TREND PENGGUNAAN VIDEO BLOG DI MEDIA SOSIAL DENGAN KEPUASAAN PADA AKTUALITAS DIRI REMAJA. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI 2016*, *2*(6), 41–53. https://doi.org/2383-2126

Hersinta, & Soepomo. (2011). Aktualisasi diri dalam mengkomunikasikan meaning of suffering pada ibu dengan anak penyandang autis. *Jurnal Communicare*, *5*(1), 6–7.

Hersinta, & Soepomo, V. (2012). AKTUALISASI DIRI DALAM MENGKOMUNIKASIKAN MEANING OF SUFFERING PADA IBU DENGAN ANAK PENYANDANG AUTIS. *Communicare Journal of Communication Studies*, *Vol. V*(1), 1–18.

Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Juliswara, V. (2014). Pendekatan Terhadap Kekerasan Dalam Film Kartun Tom & Jerry. *Jurnal Komunikasi*, *12*(2), 154.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business Horizons*, *53*(1), 59–68.

Kellner, D. (1998). Multiple Literacies and Critical Pedagogy in a Multicultural Society.

Koentjaraningrat. (1985). *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia.

Kristianto, K. D. (2015). REPRESENTASI FUNGSI KELUARGA DALAM FILM EKSKUL. *Jurnal E-Komunikasi*, *3*(2).

Kushendrawati, S. M. (2006). *"Hiperrealitas Dalam Media Massa: Suatu Kajian Filsafat Jean Baudrillard."* Universitas Indonesia.

Lechte, J. (2001). *50 Filsuf Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Lioni, T., Holillullah, & Nurmalisa, Y. (2014). PENGARUH PENGGUNAAN GADGET PADA PESERTA DIDIK TERHADAP INTERAKSI SOSIAL. *JURNAL KULTUR DEMOKRASI*, *3*(2).

Listyowati, A., Andayani, T. R., & Karyanta, N. A. (2012). HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AKTUALISASI DIRI DAN DUKUNGAN SOSIAL DENGAN KEMATANGAN KARIR PADA SISWA KELAS XII SMA N 2 KLATEN. *Jurnal Ilmiah Berskala Psikologi*, *4*(2), 76–79.

Lubis, A. Y. (2014). *Posmodernisme; Teori dan Metode.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Luers, W. (2007). Cinema Without Show Business: a Poetics of Vlogging. *Post Identity*, *5*(1).

Macionis, J. J. (2006). *Society the Basic* (Eight Edit). Jakarta: New Jersey, Upper Saddle River.

Margaretha, S. (2001). *Hiperrealitas dan Ruang Publik*. Jakarta: Penaku.

Martosudarmo, S. F. T. (2005). *Hubungan antara Aktualisasi Diri dengan Intensi Melakukan Kompetisi Kerja.* Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Maslow, A. H. (1970). *MOTIVATION AND PERSONALITY*. USA: Harper & Row, Publishers, Inc.

Masyur, M. C. (1984). *Sosiologi Masyarakat Desa dan Kota*. Surabaya: Usaha Nasional.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Media, L. (2009). *Youtube & Google Video; Membuat, Mengedit dan Upload Video*. Yogyakarta: Penerbit MediaKom.

Miles, M. B., & Huberman, M. A. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.

Mocodompis, J. R. (2014). POLA INTERAKSI SOSIAL MASYARAKAT DALAM MENUNJANG PELAKSANAAN PEMERINTAHAN DESA, *1*, 1–13.

Mulyana, D. (2006). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Murkami, K. (1995). Bairando to Terebi Bunka. *Bulletin Takaoka National Collage*, *6*.

Narwoko, D. (2004). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

O'Byrne, M. M., & Angers, P. W. (1961). Jung's Concept of Self- actualization and Teilhard de Chardin's Philosophy. *Journal of Religion and Health*, *11*(3), 241–251.

O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1994). *KEY CONCEPTS IN COMMUNICATION AND CULTURAL STUDIES*. London: Routledge.

Omifolaji, V. (2010). Nigerian women in the diaspora in pursuit of self- actualization: A case study of three women in Britain, USA and Australia. *Practice Reflexions*, *5*(1), 17–29.

Palinoan, I. Y. (2017). Dampak Tayangan Vlog di Youtube terhadap Gaya Hidup Hedonis Siswa SMA Kristen Sunodia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(2), 215–225.

Parmono. (1995). Nilai dan Norma Masyarakat. *Jurnal Filsafat*, (23).

Paul, B. H., & Hunt, C. L. (1984). *Sosiologi*. Jakarta: Ciralas.

Peursen, C. . (1988). *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.

Pratika, E., & Puspitadewi, N. W. S. (2014). Aktualisasi Diri dan Persepsi Terhadap Pelaksanaan Pelatihan Pada Karyawan PT. Pelindo. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, *5*(1), 7–14.

PS Leonard, A. (2016). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI EKSISTENSI DIRI*. Universitas Sebelas Maret.

Putri, R. A., Erlyani, N., & Mayangsari, M. D. (2016). HUBUNGAN ANTARA AKTUALISASI DIRI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PATH PADA REMAJA DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI 2 BANJARBARU. *JURNAL ECOPSY : JURNAL ILMU PSIKOLOGI*, *3*(1).

Rahmiati. (2013). *Merias Diri*. Padang: UNP Press.

Ritzer, G. (2015). *Teori Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Rosiano, M. W., Hardjajani, T., & Yusuf, M. (2015). Hubungan antara Kebutuhan Aktualisasi Diri dengan Stres Kerja pada Perawat Wanita Berperan Ganda di RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten. *Jurnal Psikologi*, *7*(1).

Sahara, A. R. (2019). *Representasi Cantik Iklan Wardah Di Televisi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Saidang, & Suparman. (2019). Pola Pembentukan Solidaritas Sosial dalam Kelompok Sosial Antara Pelajar. *Jurnal Pendidikan*, *3*(2).

Saldy, Z. (2013). *Pengaruh Brand Trust, Perceived Value, dan Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Pada Pelanggan Klinik Kecantikan Natasha Skin Care di Kota Surabaya*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Santoso, E., & Setiansah, M. (2012). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Santoso, S. (2010). *Teori-teori psikologi sosial*. Yogyakarta: Reflika Aditama.

Santrock, J. W. (2007). *Remaja. Penerjemah: Benedictine Widyasinta.* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Saputra, S., Lestari, R. D., Milasari, & Sholikhah, O. H. (2017). Analisis Karakter Remaja Gaul Pada Hedonisme Vlog. *MEDIAPSI*, *3*(1), 26–33.

Sari, R. (2017). KONSTRUKSI MAKNA CANTIK BAGI MAHASISWI UNIVERSITASRIAU BERKULIT COKELAT. *JOM FISIP*, *4*(1), 1–15. https://doi.org/10.1360/zd-2013-43-6-1064

Schultz, D. (1993). *Psikologi Pertumbuhan: Model-Model Kepribadian Sehat. (Terjemahan Yustinus).* Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Shaw. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: Rosdakarya.

Soekanto, S. (1982). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soeprapto, R. (2002). *Interaksi Simbolik, Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Averrpes Press dan Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suneki, S., & Haryono. (2012). PARADIGMA TEORI DRAMATURGI TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, *II*(2).

Supardan, D. (2011). *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Surahman, S. (2014). REPRESENTASI PEREMPUAN METROPOLITAN DALAM FILM 7 HATI 7 CINTA 7. *Jurnal Komunikasi*, *3*(1), 39–63.

Sutardi, T. (2007). *Antropologi: Mengungkap Keragaman Budaya.* Bandung: Setia Purna Inves.

Syahyudin, D. (2019). PENGARUH GADGET TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL DAN KOMUNIKASI SISWA Dindin. *Jurnal Kehumasan*, *Vol 2*(1).

Tang, M. (2016). *Effects of vlogger race on perceived credibility, self- efficacy and behavioral intentions towards weight loss*. Syracuse University.

Thibaut, & Kelley. (2008). *Teori Sosiologis Edisi Keenam*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tiara, C. (2012). CITRA TUBUH DAN BENTUK TUBUH PEREMPUAN IDEAL DI MASYARAKAT. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa Dan Desain No. 1*, *1*.

Triwijanarko, R. (2017). 143 Juta Internet User di Indonesia, Masih Bisa Ditingkatkan? Retrieved from http://marketeers.com/143-juta-internet-user-di-indonesia56566-2/

Umroh, H. (2018). Perempuan dan aktualisasi. *Jurnal Studi Gender Dan Islam Serta Perlindungan Anak*, *7*, 46–53.

Veeger, K. . (1993). *Realitas Sosial, Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu – Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi.* Jakarta: Gramedia.

Wahyuni, S., Erianjoni, & Hasmira, M. H. (2018). MAKNA CANTIK DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI PADANG ANGKATAN 2015. *Jurnal Perspektif*, *1*(4), 51–57.

Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wardiah, S., & Dkk. (2004). *Sosiologi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Warmbrodt, J., Sheng, H., Hall, R., & Cao, J. (2010). Understanding the Video Bloggers ' Community. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, *2*(2), 43–59. https://doi.org/10.4018/jvcsn.2010040104

Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, *III*(1), 69–75.

West, R., & Turner, L. H. (2008). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 3 Ed. Penerjemah Maria Natalia Damayanti Maer. 2009. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3.* Jakarta: Salemba Humanika.

Widodo, S. (2010). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing.

Widodo, W. D. P. S., & Mawardi, M. K. (2017). PENGARUH BEAUTY VLOGGER TERHADAP SOURCE CHARACTERISTICS SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PURCHASE INTENTION. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *47*(1), 63–69.

Wikipedia. (2019a). Media Sosial. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial

Wikipedia. (2019b). Youtube. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube

Wolf, N. (2002). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.

Yulianti, M., Yanzi, H., & Nurmalisa, Y. (2016). Pengaruh Interaksi Sosial Terhadap Terbentuknya Kelompok Pergaulan Di Smk Nusantara Lampung Utara (Maya. *JURNAL KULTUR DEMOKRASI*, *5*(3).

Yuniar, A. T. (2016). *TRANSFORMASI NILAI DAN SIKAP DALAM BERINTERAKSI SOSIAL MELALUI KAMPUNG RAMAH ANAK DI RW 09 BADRAN, BUMIJO, JETIS, YOGYAKARTA*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Zuriah, N. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori-Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.