

## PRESENTASI DIRI *BEAUTY INFLUENCER* ABEL CANTIKA MELALUI YOUTUBE CHANNEL (*Self Presentation Beauty Influencer Abel Cantika Via Youtube Channel*)

Arsha Safira<sup>1</sup>, Dhita Widya Putri<sup>2</sup>, Grace Heidy Wattimena<sup>3</sup>

<sup>123</sup>STIKOM The London School of Public Relations (LSPR), Jakarta

arsha.safira@gmail.com<sup>1</sup>, dhita.wp@lspr.edu<sup>2</sup>, [grace.hjaw@lspr.edu](mailto:grace.hjaw@lspr.edu)<sup>3</sup>

**Abstrak.** Youtube sebagai media sosial telah menjadi sarana untuk mendapatkan informasi dan referensi. Seiring dengan meningkatnya kesadaran wanita akan penampilan, maka salah satu dari beragam konten media yang diminati di Youtube adalah konten tentang kecantikan. Abel Cantika, seorang pengisi konten kecantikan di Youtube atau bisa disebut *beauty influencer*, dalam waktu relatif singkat yaitu satu tahun, sudah bisa meraih jumlah pelanggan sebesar 150 ribu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan Abel Cantika sebagai *beauty influencer* dalam memanfaatkan kanal Youtube untuk mempresentasikan diri, sehingga bisa diminati banyak orang. Dengan teori Dramaturgi oleh Erving Goffman, maka penelitian ini difokuskan pada panggung depan yang ditampilkan Abel Cantika di Youtube. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kualitatif secara deskriptif melalui wawancara mendalam, dan dianalisis dengan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Abel Cantika menampilkan jati dirinya yang asli, dan tidak menjadi diri orang lain, sehingga hasil presentasi diri yang muncul di Youtube bisa maksimal.

**Kata kunci:** *Presentasi Diri, Dramaturgi, Beauty Influencer, YouTube, Abel Cantika*

**Abstract.** Youtube as a social media has become a means to obtain information and references. As women's awareness of appearance increases, one of the various media content that is in demand on Youtube is content about beauty. Abel Cantika, a filler of beauty content on Youtube or can be called a beauty influencer, in a relatively short time of one year, has been able to reach the number of customers of 150 thousand. This study aims to determine the efforts made by Abel Cantika as a beauty influencer in utilizing Youtube channels to present themselves, so that they can be attracted by many people. With Dramaturgi's theory by Erving Goffman, this research is focused on the front stage displayed by Abel Cantika on Youtube. The research method used was a descriptive qualitative approach through in-depth interviews, and analyzed by interactive models of Miles and Huberman. The results of this study indicate that Abel Cantika displays his true identity, and does not become the self of others, so that the results of self-presentation that appears on Youtube can be maximized.

**Keywords:** *Self Presentation, Dramaturgi, Beauty Influencer, YouTube, Abel Cantika*

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang diiringi dengan perkembangan tren internet membuat seseorang dapat dengan mudah mendapatkan informasi dalam mengembangkan dan membentuk citra diri. Kemunculan berbagai media sosial dan media baru, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube sudah tentu

membawa dampak pada perilaku para penggunanya.

Youtube sebagai sarana berbagi video memiliki sifat yang tidak terbatas waktu dan menyediakan beragam konten informasi. Alasan ini yang membuat Youtube kemudian diminati banyak orang. Bahkan tidak hanya menjadi media informatif, Youtube lalu dijadikan sebagai sarana untuk menampilkan eksistensi diri

Vol.12/No.1 / April 2019- Profetik Jurnal Komunikasi



dan juga mendatangkan keuntungan dalam segi material. Seperti pernyataan. Selanjutnya, karakteristik media baru dengan teknologi yang *user friendly*, menjadikan media baru sebagai alat untuk membuat seseorang menjadi populer.

Situs resmi Youtube mencatat bahwa ada lebih dari satu miliar pengguna Youtube yang setara dengan sepertiga semua pengguna internet. Pengguna Youtube ini menonton ratusan jam video setiap harinya, dan menghasilkan miliaran kali penayangan. Pernyataan ini didukung dengan semakin banyak pengisi konten Youtube yang bermunculan, termasuk kehadiran *beauty influencer* yang memberikan pengaruh lewat konten kecantikan (YouTube Statistics, September 2016)

Fenomena kehadiran *beauty influencer* sejak awal tahun 2015 di situs YouTube, dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran wanita tentang penampilan agar terlihat lebih menarik dan percaya diri. Konten kecantikan yang ditampilkan adalah tutorial merias dan merawat wajah, ulasan tentang produk kecantikan, hingga video blog tentang kehidupan pribadi dari *beauty influencer*. (A. Cantika, wawancara pra riset, 30 September 2016)

Salah satu *beauty influencer* yang berpengaruh di Indonesia menurut artikel berjudul "Beauty Chit Chat" adalah Abel Cantika (*BrandOutlet Online magazine*, 13 September 2016). Abel Cantika dikenal sebagai seorang *beauty influencer* yang menunjukkan presentasi dirinya lewat saluran (*channel*) YouTube saluran yang dimilikinya.

Dibandingkan dengan *beauty influencer* lainnya, seperti Sarah Ayu dan Cinderella, yang sudah lebih dulu mengisi konten Youtube, maka Abel Cantika yang lebih muda mampu bersaing dalam segi *subscribers*. Abel memiliki lebih dari 150 ribu *subscribers* dalam waktu kurang dari satu tahun. Dari segi konten, Abel memiliki

konten yang tidak jauh berbeda dengan *beauty influencer* lainnya. Namun, ada ciri khas tertentu dari masing-masing *beauty influencer*, yang kemudian dapat dikategorikan sebagai presentasi diri mereka di Youtube. Abel mendapatkan banyak peminat karena memiliki ciri khas yang lebih mudah diingat.

Gambar 1. Tampilan Youtube Abel Cantika



Soft and Glowing Makeup Look - Abel Cantika

317.901x tayang • 7 bulan yang lalu

Sumber: <https://www.youtube.com/user/abely19/>

Pengaruh Abel Cantika bagi para pengguna Youtube diakui oleh Cosmopolitan.com sebagai "10 Beauty Vlogger yang Harus Kamu Follow Sekarang!". Situs Cosmopolitan juga mengatakan bahwa Abel menjadi salah satu *beauty vlogger* yang dapat menjadi inspirasi bagi para pembaca yang tertarik dengan dunia kecantikan. Terkait dengan citra diri Abel, majalah Cosmopolitan Maret 2016 dan Gogirl edisi Oktober 2016 sempat mengulas tentang profil Abel Cantika. (A. Cantika, wawancara pra riset, 30 September 2016)

Abel Cantika mencoba untuk menginspirasi para pengguna Youtube melalui konten yang disesuaikan dengan kepribadian dirinya. Abel merasa memiliki pribadi yang unik, dan yakin dengan kecantikannya yang dimilikinya.

Eksistensi dari Abel Cantika sebagai *beauty influencer*, karena didukung oleh beberapa pencapaian yang sudah diraih.

Abel telah menjadi *beauty guru* atau mentor kelas kecantikan dari merek ternama, Emina dan MYX. Abel juga pernah menjadi wakil Indonesia dalam acara *Beauty Camp* oleh *Laneige*, sebuah merek kecantikan Korea. Selain itu, Abel juga sering diundang dalam acara *beauty product launching* dari beberapa merek kosmetik terkenal, seperti Sephora, Benefit, Nivea dan Clean & Clear. Yang lebih menarik dari segi konten milik Abel adalah konten Youtube yang tidak monoton sehingga berbeda dari yang lain.

Tidak hanya tutorial tentang kecantikan saja, Abel Cantika juga mempublikasikan karya *Beauty Drama*, yaitu pertunjukan serial mini drama. Mini seri berdurasi kurang dari 10 menit ini disponsori oleh produk kecantikan Emina dan juga *smartphone* Oppo. Konten ini mendapat banyak sambutan positif sehingga Abel dianggap menjadi salah satu pembuat konten YouTube kecantikan dengan konsep yang berbeda.

Melalui konten Youtube, seseorang dapat menunjukkan presentasi dirinya, yang kemudian secara langsung dapat dinilai sebagai citra diri oleh khalayak luas. Penilaian ini bisa dalam segi kepribadian, seperti yang ditampilkan Abel Cantika di kanal Youtube. Abel mempresentasikan dirinya menjadi seseorang yang orisinal, tidak palsu dan jujur.

### **Teori Presentasi Diri dalam Pendekatan Dramaturgi**

Menurut Erving Goffman, dalam menjalankan kehidupan sehari-hari secara tidak langsung seseorang sedang menjalankan sebuah peran. Peran yang dijalani menuntut seseorang untuk menunjukkan citra diri yang sesuai dengan peran yang dijalankan atau dengan kata lain sesuai yang diharapkan oleh orang lain. Ketika seorang pelayan sebuah restoran sedang melayani pengunjung maka ia harus bersikap seramah mungkin dalam melayani pengunjung, apa yang ia lakukan

merepresentasikan restoran tempat ia bekerja. Jika pelayannya saja melayani pengunjung dengan semestinya dan memuaskan maka hal ini yang akan menjadi kesan yang baik bagi pengunjung bahwa restoran tersebut memiliki predikat baik dan mungkin pengunjung akan datang lagi lain waktu. Lewat analogi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang berusaha untuk melakukan presentasi diri sebagai seorang pelayan sebuah restoran dengan menjalankan perannya sebaik mungkin hingga apa yang menjadi tujuannya tersampaikan sesuai dengan harapan.

Seseorang cenderung membuat kesan baik terhadap orang lain, menghindari tampak terlihat bodoh, menyenangkan orang lain, menghindari diri dari menyinggung orang lain secara khusus dan/atau memelihara hubungan baik dengan orang lain. (Leeuwis, 2013. p.165). Pernyataan tersebut sampai pada pemikiran bahwa seseorang menjalankan peran sesuai dengan keinginan orang lain. Seseorang mencoba untuk mempresentasikan diri sesuai dengan kebutuhan orang sekitarnya agar dapat diterima lingkungan tersebut. Saat berada di kantor seorang pegawai akan menjaga sikapnya mulai dari berpakaian dan memperhatikan etika dalam bersikap, sementara saat berada di rumah ia akan menjadi dirinya sendiri mulai dari berpakaian akan lebih santai dan mengeluarkan sikap aslinya tanpa takut tidak akan diterima lingkungan karena rumah merupakan daerah pribadi sementara kantor merupakan daerah dimana sikap yang ditampilkan merupakan cerminan harapan dari lingkungan yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman dalam karyanya yaitu "*Presentation of Self In Everyday's Life*" pada tahun 1958. Goffman adalah salah satu tokoh yang tertarik pada konsep peran

sosial dalam kaitannya dengan penampilan, wajah dan ruang personal untuk menganalisis, Goffman menyebut hal tersebut dengan presentasi diri atau manajemen kesan. (Pramono, 2007. p. 64)

Teori dramaturgi mengibaratkan kehidupan sebagai sebuah pertunjukan drama (*performance*) yang dilakukan seorang aktor yaitu diri sendiri. Goffman memusatkan perhatian pada dramaturgi yaitu pandangan bahwa kehidupan sosial merupakan serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung. Kaum dramaturgi memiliki misi untuk memahami dinamika sosial dan menganjurkan kepada mereka yang berpartisipasi untuk membuka topeng para pemainnya agar memperbaiki kinerja mereka. (Mulyana, 2013. p. 106)

Selain itu pengertian lain dramaturgi oleh Goffman dalam Henslin adalah kelahiran mengantarkan seseorang pada suatu pentas kehidupan sehari-hari dan pembelajaran mengantarkan seseorang untuk mampu tampil pada pentas tersebut. Seorang individu memiliki ide bagaimana individu tersebut menginginkan orang lain berpikir mengenai dirinya, dan peran dalam kehidupan sehari-hari digunakan untuk mengkomunikasikan ide tersebut. Cara tersebut disebut Goffman dengan manajemen kesan (*Impression Management*). (Henslin, 2006. p. 106)

Fokus pendekatan dramaturgi ialah mengungkap bagaimana para pelaku drama melakukan sebuah peran, bukan apa dan mengapa mereka melakukan peran tersebut. Selain itu pendekatan ini juga berintikan bahwa saat seseorang berinteraksi dengan sesamanya, maka ia sedang mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Maka untuk itu seseorang melakukan pertunjukan atas orang lain. (Mulyana, 2013. p. 107).

Seorang aktor merupakan orang yang menggabungkan karakteristik personal dengan tujuannya kepada orang lain lewat pertunjukan dramanya sendiri.

Pertunjukan drama dalam konteks ini ialah aktivitas interaksi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain. Saat berinteraksi seseorang ingin orang lain memiliki persepsi yang sama atas apa yang ia sampaikan. Sama halnya dengan sebuah pertunjukan, para pelaku drama hendaknya ingin para audiensnya memiliki persepsi yang sesuai dengan tujuan pesan drama tersebut.

### **Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)**

Untuk mencapai tujuannya agar pesan dapat tersampaikan sesuai dengan harapan, seseorang akan berusaha untuk mengelola pesan tersebut sebaik mungkin. Upaya ini disebut dengan pengelolaan kesan (*impression management*). Ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu konsep pada dirinya yang akan diterima oleh orang lain. (Mulyana, 2013. p. 112)

Dalam melakukan pengelolaan kesan seseorang harus memperhatikan beberapa hal seperti keadaan sosial sekitar. Hal ini mencakup teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Goffman atribut, milik, atau aktivitas manusia yang digunakan saat melakukan presentasi diri diantaranya meliputi busana, tempat tinggal, rumah yang dihuni, cara menata furnitur, cara kita berjalan dan berbicara, apa pekerjaan kita. Singkatnya kita merupakan orang yang mengatur pengaruh apa yang akan ditimbulkan atas busana yang kita gunakan, penampilan serta cara berbicara. Jadi kita bukan hanya sebagai pelaku, namun juga sekaligus memiliki peran sebagai khalayak. (Mulyana, 2013, p. 112)

Ketika seseorang aktor melakukan sandiwara penonton dianggap sebagai sebuah pengganggu, namun jika sang aktor memahami karakteristik penontonnya dan pesan yang ia sampaikan sesuai dengan keadaan lingkungan hal ini akan menjadi nilai pendukung dalam keberhasilan

berlangsungnya sebuah pertunjukan drama. (Perdana dan Ahmadi, 2015)

### **Panggung Depan (*Personal Front*)**

Dalam perspektif dramaturgi, kehidupan ini layaknya sebagai sebuah teater, yaitu interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan teater yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Biasanya saat melakukan peran para aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan bahasa nonverbal serta menggunakan atribut-atribut yang mendukung pertunjukannya. (Mulyana, 2013. p. 114)

Menurut Goffman kehidupan sosial sosial dibagi atas wilayah depan (*front region*) dan wilayah belakang (*back region*). Wilayah depan merujuk pada peristiwa sosial yang memungkinkan seseorang menjalankan perannya secara formal. Sementara wilayah belakang merupakan sebagai tempat dan peristiwa yang memungkinkan seseorang mempersiapkan perannya di wilayah depan. (Mulyana, 2013. p. 114)

Pada sebuah pertunjukan panggung depan (*front stage*) sama halnya dengan wilayah depan dan panggung belakang (*back stage*) sama halnya dengan wilayah belakang. Panggung depan merupakan tampilan yang ingin ditunjukkan oleh seorang aktor. Lewat panggung ini seseorang berusaha untuk menampilkan sesuatu yang menjadi tujuannya untuk disampaikan kepada orang lain. Panggung depan terdiri dari tampilan pribadi (*personal front*) dan tempat (*setting*). Selanjutnya tampilan pribadi meliputi sikap (*manner*) dan penampilan (*appearance*) sang aktor. Selanjutnya tempat merupakan media atau saran yang digunakan dalam melakukan pertunjukan, contohnya seperti auditorium. (Perdana dan Ahmadi, 2015)

### **Tempat (*Setting*)**

Menurut Goffman salah satu situasi fisik yang harus ada ketika seseorang melakukan pertunjukan ialah dibutuhkannya tempat. Tanpa adanya tempat aktor tidak bisa melakukan pertunjukan. Misalnya seorang dokter yang sedang melakukan operasi, maka ia membutuhkan ruangan operasi untuk melakukan perannya sebagai seorang dokter. Jika ia tidak memiliki ruangan operasi maka kegiatan yang menjadi tugasnya sebagai seorang dokter tidak akan terlaksana. (Mulyana, 2013. p. 114)

Dalam melakukan aktivitas presentasi diri seseorang memerlukan tempat, ketika melakukan pertunjukan drama seorang aktor memerlukan panggung. Pemilihan tempat harus disesuaikan dengan tujuan pesan yang akan disampaikan agar terjadi kecocokan satu sama lain. (Perdana dan Ahmadi, 2015). Dalam penelitian ini penggunaan tempat yang dipilih oleh objek penelitian adalah media berbagi video yaitu YouTube.

### **Tampilan Pribadi (*Personal Front*)**

Tampilan pribadi merupakan atribut yang digunakan ketika seseorang melakukan presentasi diri di panggung depan. Tampilan ini meliputi sikap (*manner*) dan penampilan (*appearance*). Elemen tersebut perlu diperhatikan ketika sedang mempresentasikan diri karena hal tersebut akan menunjang keberhasilan dalam menciptakan persepsi terhadap orang lain. (Perdana dan Ahmadi, 2015)

Tampilan pribadi terdiri dari alat-alat yang dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam *setting*. Atribut tersebut mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor, misalnya berbicara sopan, pengucapan istilah asing, intonasi, ekspresi wajah, pakaian, dan sebagainya. (Mulyana, 2013. p. 115)

Dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar mengatakan bahwa sejak 40.000 tahun yang lalu orang purba sudah

memperhatikan penampilan dengan menggunakan tulang sebagai aksesoris serta mengecat rambutnya, hal tersebut membuktikan bahwa sejak saat itu orang-orang sudah peduli terhadap penampilannya. Salah satu komponen yang dinilai dalam penampilan fisik ialah busana. Beberapa orang memiliki pendapat bahwa pemilihan seseorang dalam berbusana mencerminkan kepribadiannya. Seseorang cenderung mempersepsi orang yang sama dengan cara berbeda bila ia mengenakan pakaian yang berbeda. (Mulyana, 2013, p.392 dan p.394).

Lewat pernyataan tersebut membuktikan bahwa salah satu yang perlu diperhatikan dalam komponen tampilan pribadi yaitu penampilan adalah cara berbusana, karena busana mencerminkan karakter seseorang dimana hal ini yang nantinya dapat menunjang dalam melakukan presentasi diri.

Presentasi diri merupakan bagian dari pendekatan dramaturgi hal ini berdasarkan konsep Sosiolog Goffman tahun 1599 mendefinisikan presentasi diri sebagai proses pengemasan atau mengelola diri dalam rangka menciptakan kesan tertentu kepada audiens. Lewat penelitian ini peneliti akan membahas panggung depan (*front stage*) yang ditampilkan oleh objek yaitu Abel Cantika dalam melakukan presentasi diri lewat YouTube *channel*nya sebagai seorang *beauty influencer*.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis riset deskriptif dan metode riset wawancara mendalam (*in-depth interview*). Deskriptif kualitatif dipilih karena model penelitian ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan, dimana teori digunakan sebagai awal pertanyaan untuk menjawab pertanyaan peneliti. Teori digunakan sebagai alat, ukuran bahkan instrumen untuk membangun hipotesis yang nantinya

teori akan digunakan sebagai “kacamata kuda”nya dalam mengkaji masalah pada penelitiannya. (Bungin, 2008, p.24 dan p.26). Selain itu penelitian ini sesuai jika menggunakan jenis riset dekriptif karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. (Moleong, 2010, p.11).

## Narasumber

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan tiga orang narasumber yang terdiri dari nara sumber utama dan dua narasumber pendukung. Berikut sedikit penjelasan narasumber yang akan digunakan dalam penelitian ini.

**Abel Cantika (*Beauty Influencer*)**, Abel Cantika adalah seorang *beauty influencer* atau orang yang berpengaruh dalam dunia kecantikan lewat sosial media. Dalam penelitian ini ia akan dijadikan sebagai narasumber utama dan juga objek dari penelitian. Ia dipilih sebagai narasumber utama karena dianggap dapat memberikan informasi yang relevan dengan penelitian.

**Rio (*Digital Media Strategic*)**, Rio merupakan seorang *strategic digital media planner* di agensi iklan milik PT. Fortune Indonesia. Ia dianggap akan mampu dalam menjawab pertanyaan peneliti tentang bagaimana fenomena sosial media *influencer* dalam memberikan pengaruh terhadap khalayak dan pertanyaan seputar dunia sosial media.

**Nukman Luthfie (*Social Media & E-Commerce Experts*)**, Memiliki latar belakang *digital marketing* yang memberikan materi pada saat kegiatan acara PR Corner di STIKOM LSPR pada bulan November 2016. Lewat materi pada seminarnya yang bertemakan “Personal Branding in Social Media” diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini.

**Dr. Veronika Trinardhani (Dosen Psikologi)**, Ibu Veronika merupakan dosen psikologi yang mengajar di STIKOM LSPR. Beliau dianggap mampu menjawab pertanyaan seputar bagaimana psikologi seseorang dalam upaya mereka melakukan presentasi diri, faktor apa saja yang menyebabkan seseorang melakukan presentasi diri.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Tempat (*Setting*)

Layaknya sebuah panggung pertunjukan terdapat elemen tempat yang berguna sebagai sarana melakukan sebuah pertunjukan. Menurut Goffman tempat merupakan situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan. Pada pembahasan ini YouTube merupakan tempat yang digunakan oleh *beauty influencer* Abel Cantika sebagai sarana dalam melakukan presentasi diri. Burgees dan Green menyatakan bahwa ketika seseorang menampilkan kehidupan pribadi mereka pada kanal YouTube lewat video maka hal tersebut merupakan ekspresi diri pengguna YouTube yang dituangkan menjadi sebuah konten. (Burgees dan Green, 2009, p. 46). Dalam membahas temuan hasil penelitian mengenai elemen YouTube sebagai media presentasi diri, peneliti menjabarkan penjelasan yang telah terbagi menjadi beberapa poin.

### YouTube

Pada 26 Oktober 2015 Abel Cantika secara resmi mengunggah video pertamanya di YouTube *channel* miliknya sendiri. Hal ini berdasarkan penuturan Abel Cantika sebagai objek penelitian bahwa ia mendapatkan banyak permintaan dari para pengguna media sosial ASKfm, dimana Abel telah aktif di media sosial tanya jawab pertanyaan tersebut. Pada situs tanya jawab tersebut banyak dari pengguna yang meminta Abel untuk membagi tips seputar kecantikan, hingga Abel memutuskan

untuk membagikan tips tersebut dalam bentuk video lewat YouTube *channel*.

Pemilihan konten seputar kehidupan pribadi yang dipilih berdasarkan permintaan audiens membuktikan bahwa konten mengenai kehidupan pribadi merupakan hal yang sangat diminati oleh pengguna sosial media. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Burgees dan Green yang membahas YouTube sebagai sebuah kultur populer bahwa konten YouTube yang paling digemari adalah konten kehidupan pribadi seseorang. (Burgees dan Green, 2009, p. 46)

Keputusan Abel untuk membagi tips kecantikan lewat YouTube selain karena banyaknya permintaan dari para peminatnya adalah bahwa ia berfikir jika YouTube merupakan media yang tepat dalam membagi informasi karena sifatnya yang dapat diakses kapan saja dan lebih menarik untuk dilihat.

Pernyataan tersebut sesuai dengan dengan konsep media baru yang dituturkan dalam buku komunikasi antar personal oleh Liliweri, M.S. bahwa YouTube yang merupakan salah satu media baru yang memiliki kemampuan yang dapat mengakses konten kapan saja dan dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja untuk berperan aktif, interaktif dan kreatif terhadap umpan balik pesan pada gilirannya membentuk komunitas melalui isi media. (Liliweri, 2015)

Dalam hal ini ditinjau dari segi pemilihan *platform* atau media untuk melakukan presentasi diri, Abel telah melakukan hal yang tepat karena Abel telah menentukan media yang menurutnya sesuai dengan konten yang akan Abel bagikan yaitu YouTube. Sesuai dengan yang dikatakan oleh seorang *social media expert*, Nukman Luthfie bahwa jika ingin menjadi seseorang yang memiliki pengaruh lewat media sosial, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu salah satunya adalah pemilihan sosial media yang sesuai

dengan konten dan audiens. Hal ini bertujuan agar maksud dari pelaku sosial media tersebut dapat berjalan dengan maksimal dan tepat pada sasaran.

Selain itu tanggapan mengenai pemilihan YouTube sebagai media yang tepat bagi Abel dalam melakukan presentasi diri juga didukung oleh pernyataan dari seorang *Digital Media Strategic Planner* sebuah perusahaan agensi iklan Fortune Indonesia yaitu Rio Aditya. Rio menyatakan bahwa YouTube merupakan media yang tepat karena merupakan salah satu situs berbagi video terbesar di dunia.

Selain menyatakan bahwa YouTube merupakan media yang tepat untuk mempresentasikan diri, Rio juga berpendapat bahwa jika seorang *influencer* ingin memaksimalkan penggunaan YouTube ada baiknya jika Abel sebagai pengguna melibatkan media sosial lain seperti Instagram atau Twitter untuk mempromosikan video yang ia unggah di YouTube *channel*.

Hal ini telah dilakukan oleh Abel Cantika ketika telah mengunggah sebuah video baru di kanal YouTubanya, Abel juga ikut serta menginformasikan video yang telah diunggah lewat akun Instagram miliknya yang bernama @abellyc. Cara ini bertujuan agar Abel dapat menarik minat penonton untuk melihat video yang diupload. Hingga pada kenyataannya cara ini merupakan salah satu cara yang efektif untuk menambah pelanggannya di YouTube *channel*, karena bukan hanya pelanggan YouTube saja yang mendapatkan informasi tentang video namun pengguna aktif sosial media lain juga dapat mengetahui informasi video tersebut.

### **Konten**

YouTube terdiri atas berbagai konten yang dapat disaksikan oleh pemirsanya. Namun berdasarkan penuturan artikel jurnal yang dibuat oleh Burgees dan Green

mengenai YouTube sebagai kultur yang populer, menyatakan bahwa *the most favorite content* yang digemari oleh para pemirsa YouTube adalah konten seputar hal pribadi seseorang. Konten tersebut diciptakan oleh para pengguna YouTube itu sendiri yang mengunggah video yang diklasifikasikan menjadi beberapa bidang kegemaran pribadi seperti olahraga, kuliner, perjalanan hingga kecantikan.

Dalam temuan hasil penelitian ini Abel Cantika telah menentukan konten yang akan dipublikasikan pada YouTube *channel*nya, konten yang dipilih adalah konten seputar kecantikan. Menurutnya, konten itu dipilih karena memang kecantikan merupakan minatnya. Hal ini jelas pada penuturan pada pembahasan sebelumnya bahwa pengguna sosial media Askfm memintanya untuk membagi tips mengenai kecantikan. Lewat situs tersebut, sebelumnya Abel memang aktif menjawab dan membahas pertanyaan mengenai kehidupan pribadinya terutama pada bidang kecantikan yang memang juga menjadi minatnya.

Dalam tinjauan mengenai pembahasan konten, Abel telah melakukan cara yang tepat untuk menunjang keberhasilan pada YouTube *channel*nya. Karena berdasarkan pernyataan dari Nukman Lutfie menyatakan bahwa salah satu komponen penting untuk mencapai keberhasilan menjadi seorang yang berpengaruh di sosial media setelah pemilihan *platform* ialah memilih konten. Konten yang sesuai dan konsisten akan menciptakan kredibilitas atas citra diri seorang dalam menggunakan media sosial.

Pemilihan konten secara tepat merupakan faktor yang menentukan jika nantinya seseorang akan banyak diminati oleh pengikutnya. Dengan memiliki ciri khas yang ditampilkan, maka pemirsa yang menyaksikan sebuah konten akan lebih tertarik karena dalam hal ini mereka tidak mampu mendapatkan sebuah referensi konten yang berbeda. Mungkin seseorang

menampilkan konten yang sama dalam hal kecantikan namun seseorang tersebut harus mampu menampilkan konten kecantikan dalam kemasan yang berbeda agar memiliki ciri khas tersendiri.

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Rio Aditya bahwa menjadi *beauty influencer* atau *beauty vlogger* yang menarik maka seseorang harus konsisten terhadap kontennya, dalam hal ini Abel harus mampu fokus untuk tetap berada pada jalur yang dipilih yaitu kecantikan.

Konten seputar kecantikan ditampilkan Abel Cantika menjadi beragam tema pada setiap video yang diunggah. Diantaranya adalah video tutorial *makeup*, ulasan mengenai produk kesukaan serta video *blogging* mengenai kehidupan pribadi yang tetap dihubungkan dengan kecantikan.

### **Pengelolaan YouTube Channel**

Melakukan pengelolaan konten pada YouTube *channel* ternyata memang sangat diperlukan jika seorang pengguna YouTube ingin memberikan pengaruh terhadap orang lain atas kontennya. Hal ini merujuk pada hasil temuan peneliti bahwa Abel Cantika memberlakukan sistem pengelolaan atas YouTube *channelnya*.

Temuan yang pertama membahas mengenai sisi video yang diunggah, pada awalnya Abel melakukan semuanya sendiri dari mulai mengedit hingga merekam video. Namun seiring berjalannya waktu Abel akhirnya memiliki tim khusus untuk menangani konten pada YouTube *channelnya*. Pada awalnya Abel memang tidak berniat mencari, namun pada suatu hari ada tim yang menawarkan untuk mengelola kontennya. Hal ini memberikan keuntungan bagi Abel karena ia juga saat itu mulai sibuk menjalani kegiatan di luar YouTube.

Sesuai dengan pernyataannya bahwa Abel saat ini sedang tidak menggunakan tim dalam mengelola YouTube-nya. Namun hal ini ternyata bukan menjadi masalah baginya. Ditinjau

dari masalah penataan tema pada hasil edit videonya, Abel tidak menemukan banyak perubahan.

Dalam mengunggah videonya, Abel memiliki jadwal yang konsisten yaitu satu minggu sekali. Abel mengaku memiliki sedikit kendala dalam mengunggah video tepat waktu karena sebagai seseorang yang berpengaruh lewat YouTube mengenai kecantikan, Abel mengaku hal tersebut membawanya pada kesibukan yang dialami di luar mengunggah video contohnya sebagai pembicara hingga memimpin tutorial kelas kecantikan yang diadakan sebuah merk kecantikan.

Hal tersebut sesuai dengan tanggapan dari Rio Aditya yang menyatakan bahwa kesuksesan menjadi *beauty influencer* lewat YouTube ialah dengan menerapkan sistem konsisten dalam mengatur jadwal mengisi konten YouTube.

Mengatur jadwal mengunggah video secara konsisten telah dilakukan oleh Abel Cantika setelah ia mendapatkan bimbingan langsung dari pihak YouTube Indonesia. Ketika *subscribersnya* saat itu sudah mencapai sepuluh ribu ia diundang untuk bergabung dalam grup *chat* Line YouTube Indonesia. Dalam grup tersebut Abel dibimbing untuk menjadi *content creator* yang baik. Beberapa hal diantaranya adalah memiliki jadwal konsisten mengunggah video, cara untuk menarik penonton lebih banyak hingga berdampak pada menambahnya *subscribers*. Setelah dibimbing oleh YouTube Indonesia ia merasa lebih mengalami kemajuan pada YouTube *channelnya*.

Selain mengatur jadwal yang konsisten hal lain yang dilakukan oleh Abel Cantika berdasarkan hasil bimbingan dari YouTube Indonesia ialah membuat sub konten besar yang bisa menjadi *go viral*. Dimana akan banyak orang menyaksikan video pada konten besar tersebut. Ini merupakan sesuatu hal

sangat interaktif serta kreatif sesuai dengan sifat konsep media baru yaitu YouTube pada buku Komunikasi Antar-Personal yang menyatakan bahwa konsep tersebut memberikan kesempatan bagi siapa saja untuk berperan aktif, interaktif dan kreatif terhadap isi medianya kepada orang lain.

Konten besar yang telah dibuat oleh Abel Cantika tersebut adalah *Mini Beauty Drama* berjudul "Bittersweet" yang terdiri dari delapan episode dan ditayangkan setiap minggu. Cerita fiksi *Mini Drama* tersebut mengisahkan tentang kehidupan pekerjaan dan percintaan Abel Cantika dimana kontennya masih menghubungkan dengan kecantikan.

Tujuan Abel memilih *Mini Drama* sebagai konten besarnya ialah agar dapat dinikmati oleh kalangan wanita dan pria dari remaja hingga dewasa. Ia juga dapat menyimpulkan bahwa konten yang ia buat tersebut telah mampu menarik *subscribers* karena ia memiliki pendapat jika konten kecantikan yang ia tunjukan tidak monoton.

Menjalin interaksi dengan para pemirsanya lewat YouTube dianggap penting bagi Abel Cantika. Dalam waktu satu tahun menjadi *beauty influencer* di YouTube tak dapat dipungkiri bahwa para penggemar atau pemirsa Abel memiliki peran yang besar. Upaya Abel untuk terus berinteraksi dengan audiensnya lewat komen merupakan bentuk perlakuan yang mana dalam hal ini Abel mampu memahami bagaimana karakteristik dari audiens yang Abel miliki, karena menurut Perdana dan Ahmadi bahwa ketika seorang aktor melakukan sandiwara panggung depan penonton dianggap sebagai sebuah pengganggu, namun jika aktor tersebut mampu memahami karakteristik penontonnya maka hal tersebut merupakan nilai yang mendukung keberhasilan yang akan dihasilkan pada sebuah pertunjukan. (Perdana dan Ahmadi, 2015)

Selain itu menjadi seseorang yang terkenal tidak menjadikan dirinya sombong

kepada para pemirsa dan penggemarnya. Abel menganggap mereka merupakan elemen yang penting dimana opini dan saran dari mereka sangat membantu Abel dalam mengelola konten pada YouTube *channelnya*.

Pernyataan tersebut sependapat dengan pernyataan dari seorang ahli psikologi yang menyatakan bahwa jika seseorang ingin karyanya terus didukung oleh orang lain maka Abel harus mau untuk diberikan komentar atau evaluasi dari audiensnya, dengan kata lain menerima masukan yang diberikan oleh orang yang menonton video yang Abel Cantika tampilkan.

Menurut Erving Goffman ketika seseorang sedang melakukan pertunjukan hal lain yang perlu diperhatikan pada elemen panggung depan ialah tampilan pribadi. Tampilan pribadi pada pembahasan ini meliputi sikap (*manner*) dan penampilan (*appearance*). Kedua evidensi tersebut merupakan atribut pelengkap yang digunakan seorang aktor untuk memaksimalkan penampilan panggung depannya. Atribut tersebut dapat berbentuk bahasa verbal serta nonverbal, ekspresi wajah, cara menyampaikan pesan, pakaian yang digunakan, latar panggung hingga penyebutan istilah asing.

### Sikap (*Manner*)

Menurut jurnal *citizenship*, pengertian sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi dari perasaan seseorang. Sikap seseorang terhadap suatu obyek adalah perasaan mendukung maupun perasaan tidak mendukung. Disimpulkan oleh penulis artikel jurnal bahwa sikap adalah kesiapan untuk bereaksi yang penyangkut aspek kecenderungan apabila dihadapkan pada suatu situasi tertentu. (Susanta dan Sumaryati, 2013)

Evidensi mengenai sikap akan dibahas bagaimana Abel Cantika menunjukkan sikap saat menghadapi situasi ketika melakukan presentasi diri lewat YouTube *channelnya*. Sikap dapat

dijabarkan atas berbagai macam reaksi, seperti pada penjabaran sebelumnya maka sikap dapat dijabarkan diantaranya sebagai cara berkomunikasi verbal serta nonverbal, penggunaan bahasa asing, bahasa yang digunakan hingga pencitraan diri yang ditampilkan.

Ketika menampilkan dirinya Abel cantika mengaku menampilkan citra diri yang memang merupakan jati dirinya sendiri. Namun dalam hal ini ia mengaku bahwa tujuannya dalam presentasi diri lewat YouTube ialah ingin menampilkan citra. Baginya citra diri merupakan hal yang penting, yaitu ketika di depan kamera ia menampilkan citranya yang positif, percaya diri, serta inspiratif.

Sikap yang ditampilkan Abel yang menunjukkan ke arah positif merupakan bagian dari konsep dramaturgi pada komponen pengelolaan kesan (*Impression Management*), pengelolaan kesan menurut Mulyana memilik pengertian bahwa agar pesan yang dimaksud dapat tersampaikan sesuai keinginan maka perlu dilakukan upaya pengelolaan kesan sebaik mungkin. Lewat interaksi yang dilakukan Abel Cantika menyajikan suatu konsep dirinya yang akan mudah diterima oleh orang lain yaitu dengan menampilkan citra diri yang positif. (Mulyana, 2013. p. 112)

Terlepas dari menjaga citra diri didepan kamera, ternyata Abel Cantika mengakui bahwa ia tidak terlalu percaya diri pada kehidupan nyatanya. Ketika berbicara di depan kamera ia menjadi seseorang yang aktraktif, berbeda pada kehidupan nyata ia cenderung kurang percaya diri untuk berbicara dengan orang.

Menjadi diri sendiri ketika melakukan suatu hal akan berbuah pada sesuatu yang maksimal dan optimal. Menurut seorang ahli psikologi Veronica Trimardhani ketika seseorang menjalani sebuah profesi ia tidak diharuskan menjadi dirinya sendiri, dalam hal ini menjalani profesi secara profesional sesuai dengan yang seharusnya dijalankan. Namun ketika

seseorang cenderung menjadi dirinya sendiri hal ini menandakan bahwa telah menjadi orang yang tepat ditempat yang tempat pula.

Pada video-video yang ditampilkan Abel selalu memperhatikan bahasa yang ia tuturkan. Dalam hal ini ia selalu menjaga perkataan agar tidak mengeluarkan kata-kata yang bermakna negatif. Hal ini kembali lagi pada tujuan awalnya bahwa ia ingin kontennya bernilai positif ditambah lagi ia memang tidak terbiasa untuk menggunakan kata-kata yang bermakna negative dalam kehidupan sehari-hari. Di samping hal tersebut ia juga memperhatikan bahwa pemirsanya kebanyakan adalah remaja di bawah 17 tahun yang baru belajar merias wajah.

Dunia kecantikan di media YouTube pada dasarnya memang berasal dari budaya barat. Berbagai istilah asing digunakan dalam praktek *tutorial makeup*. Hal tersebut digunakan oleh Abel Cantika video yang ditampilkannya di YouTube, ia menggunakan istilah asing ketika melakukan *tutorial makeup*. Salah satunya ialah istilah *baking* yang berarti menggunakan bedak pada bagian bawah mata.

Ketika menggunakan istilah asing tersebut Abel Cantika tidak menampilkan terjemahan terlebih karena memang istilah tersebut memang sudah menjadi bahasa kecantikan dan juga ia mengucapkan istilah asing bersamaan dengan praktiknya. Praktek tersebut merupakan contoh penggunaan bahasa verbal dan nonverbal secara bersamaan, tujuannya agar orang yang menonton memahami secara jelas maksud komunikasi yang disampaikan.

Menjadi pribadi yang selalu dapat membantu, bagi Abel Cantika telah dibuktikan dengan usaha dirinya dalam melakukan presentasi diri dalam bentuk membagikan video kecantikan yang bermanfaat. Selain membagikan video ia juga ikut serta dalam berinteraksi lewat komen, mendengarkan yang diinginkan

oleh audiens serta menyampaikan pesan secara tulus. Dengan hal tersebut maka menurutnya orang merasa terbantu dan terjawab pertanyaannya.

Persepsi yang dibentuk oleh audiens merupakan cerminan dari apa yang telah dilakukan oleh Abel Cantika hingga ia dijuluki sebagai seorang yang memiliki sikap selalu dapat membantu. Menjalinkan relasi emosional dengan audiens yang telah dilakukan oleh Abel Cantika merupakan langkah yang tepat seperti tanggapan yang disampaikan oleh ahli psikologi Veronica Trimardhani bahwa ketika seseorang menjadi terkenal khususnya dalam hal ini lewat media YouTube sebagai *influencer*, pasti akan memberikan dampak pada kehidupannya yaitu ia akan merasa bangga berharga dan berarti.

### Penampilan (*Appearance*)

Keselarasan dalam segi hal warna lewat atribut-atribut yang ditampilkan merupakan hal yang mampu memberikan sisi estetika ketika orang menonton sebuah tampilan video mengenai kecantikan. Upaya Abel dalam mengatur penampilannya pada video yang ditayangkan menunjukkan sebuah usaha pengelolaan kesan (*Impression Management*) yang perlu memperhatikan atribut yang digunakan. Menurut Goffman atribut-atribut tersebut diantaranya ialah busana, cara berbicara, menata furniture dan sebagainya. Penjelasan atribut-atribut yang digunakan oleh Abel dalam melakukan presentasi diri lewat kanal YouTube dijelaskan pada paragraf berikut,

Dalam menampilkan dirinya, Abel Cantika mencoba untuk menampilkan seseorang yang memiliki kepribadian wanita, periang, positif dan selalu dapat membantu. Kepribadian yang sangat wanita tersebut dapat dilihat lewat halaman YouTube pada setiap video Abel Cantika cenderung menampilkan tema yang serba *pink* dilengkapi dengan berbagai pernik-*glitter* dan lampion

warna-warni yang melambangkan kepribadian seorang remaja wanita.

Warna *pink* sebagai latar dipilih oleh Abel Cantika memiliki alasan karena warna tersebut merupakan warna kesukaannya. Tanpa disadari latar *pink* yang selalu digunakan tersebut menurutnya membuat orang-orang mendefinisikan Abel Cantika menjadi seseorang yang Feminim.

Pada setiap video yang terdapat pada YouTube *channel*nya, Abel Cantika menampilkan berbagai macam video dengan tema berbeda-beda yang telah ia tentukan sebelumnya. Mulai dari *tutorial makeup*, video blog kehidupan sehari-hari, *review* produk, hingga mini drama. Namun menurut penuturannya video yang paling banyak *direquest* oleh pemirsanya ialah video mengenai *tutorial makeup*.

Membuat konten video sesuai dengan permintaan pemirsa ternyata merupakan langkah tepat yang telah dilakukan oleh Abel Cantika. Sebagai seorang *influencer* yang profesional Abel harus mampu memahami persuasi diri yang ingin ia sampaikan, dalam hal ini yaitu ia harus mampu memahami kebutuhan publik. Dalam salah satu *tutorial makeup video* yang ditampilkan pada YouTube *channel*nya dengan tema Natural Makeup Look, Abel menjelaskan bahwa hal-hal yang akan terlihat pada *frame* saat menampilkan video pada tema tersebut diantaranya adalah wajahnya yang polos dan berbagai produk yang akan digunakan dan juga *step-by-step* penggunaan produk. Selain dengan cara penyampaian yang baik dan jelas, dengan ditampilkannya hal tersebut maka pemirsa yang menyaksikan diharapkan akan mampu mendapatkan informasi secara jelas mengenai tutorial tersebut.

Abel Cantika dikenal dengan ciri khas *makeup* dengan tampilan yang natural. Menurut tampilan natural yang dimaksud ialah *makeup* dengan nuansa warna coklat, *peach*, dan *nude*. Warna-warna tersebut ialah warna natural

yang menyesuaikan dengan warna kulit orang Indonesia khususnya Abel yang memiliki warna kulit kuning langsung. Ia juga mengakui warna tersebut selain tidak mencolok juga tidak terlalu banyak mengubah bentuk asli penampilan dirinya.

Perihal lain yang diperhatikan dalam segi penampilan ialah tampilan gaya rambut. Pada video yang ditampilkan, Abel cenderung menampilkan gaya rambut yang terurai panjang dan bergelombang serta rapih. Hal ini merupakan ciri khas aslinya yang sehari-hari pada kehidupan nyatanya memang menggunakan model tersebut. Di samping itu, model tersebut dipilihnya karena memang pada dasarnya ia tidak begitu pandai menata rambut dengan variasi lain.

Pernyataan tersebut memberikan sebuah temuan bahwa Abel Cantika secara tidak sadar telah menjadi dirinya sendiri dengan pemilihan tata rambut yang ia tampilkan. Ia menampilkan tataan rambut yang memang merupakan gaya yang ia gunakan pada kehidupan sehari-hari.

Selain gaya rambut hal lain yang juga diperhatikan saat menampilkan video ialah warna busana. Dalam hal ini warna busana disesuaikan dengan warna tampilan *makeup* yang ditampilkan. Ketika sedang menampilkan *makeup* dengan tema *eyeshadow* berwarna hijau maka warna baju yang dipilih ialah benuansa hijau.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yaitu "Presentasi Diri Seleb Instagram HIjabers" yang memiliki hasil temuan bahwa selebgram yang melakukan presentasi diri sangat mengedepankan penampilan dan sikap guna menunjang tampilan pada Instagram mereka dengan lebel selebgram, penelitian tersebut mendukung penelitian ini yaitu Abel Cantika dalam melakukan presentasi diri telah dianggap sesuai, karena Abel mengedepankan sikap serta penampilan untuk menunjang presentasi diri yang dilakukan lewat YouTube. Selain itu pada artikel jurnal berikutnya yang mendukung

penelitian ini ialah mengenai pengelolaan kesan mahasiswa lewat media sosial memiliki temuan bahwa para mahasiswa yang memiliki profesi lain yaitu sebagai model dan *fashion design*. Ketika melakukan presentasi diri lewat Instagram dalam menunjang profesinya selain sebagai mahasiswa, mereka sangat memperhatikan konten yang diunggah bertujuan agar orang lain memiliki persepsi yang sesuai dengan keinginan mereka. Hal tersebut juga telah dilakukan oleh Abel Cantika dalam mengolah kesan dengan menunjukkan citra diri yang telah ia bangun sesuai dengan kepribadiannya. Pada artikel jurnal ketiga dengan tema presentasi diri seorang pekerja komersial dengan studi kasus dramaturgi perilaku menyimpang mahasiswa, memiliki temuan bahwa panggung depan yang ditampilkan tidak sesuai dengan kehidupan pribadi yang dijalani oleh mahasiswa tersebut. Hal ini bertolak belakang dengan panggung depan yang ditampilkan oleh Abel Cantika bahwa Abel menampilkan hal yang memang merupakan jati dirinya tanpa mengubah kepribadian maupun perilaku dasar yang dimiliki pada dirinya.

## KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian dengan judul "Presentasi Diri seorang *Beauty Influencer* Abel Cantika lewat YouTube Channelnya", maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Abel Cantika memanfaatkan media YouTube sebagai tempat untuk melakukan Presentasi Diri dengan alasan bahwa YouTube merupakan media berbagi video yang tepat digunakan karena selain sesuai dengan konten kecantikan yang menonjolkan visualisasi media tersebut juga sifatnya mudah diakses oleh siapa saja. Konten kecantikan yang dipilih oleh Abel Cantika dalam mempresentasikan diri lewat YouTube merupakan konten yang memang menjadi minatnya dan merupakan apa yang

dibutuhkan audiens. Selain itu dalam segi pengelolaan YouTube *channel* didapatkan bahwa Abel Cantika memiliki jadwal yang konsisten yaitu satu minggu sekali, hal tersebut bertujuan agar dirinya tetap eksis pada media YouTube dan keinginan audiensnya mengenai informasi tentang kecantikan dapat terpenuhi.

Selanjutnya dalam mengelola konten videonya Abel Cantika tidak memiliki kendala jika mengerjakan semuanya sendiri. Interaksi dengan audiens juga menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh Abel Cantika karena menurutnya audiens merupakan komponen yang memberikan kontribusi sehingga Abel mampu diakui dengan konten kecantikan berkualitas yang Abel tampilkan. Hal lain yang menjadi faktor keberhasilan Abel Cantika dalam menggunakan YouTube ialah bergabung dengan YouTube Indonesia dimana Abel dalam komunitas tersebut dibimbing agar dapat menyajikan konten yang bermanfaat hingga menaikkan jumlah pelanggan kanal YouTube-nya.

Lewat bimbingan tersebut Abel Cantika dianjurkan untuk menampilkan konten video dengan jadwal yang konsisten, membuat suatu konsep video yang mampu *go viral* dan menarik perhatian banyak orang. Video dengan konsep tersebut telah dituangkannya dalam bentuk *mini beauty drama* yang merupakan drama seri tentang kehidupan karir dan percintaan dengan tetap menampilkan sisi konten kecantikan. Konsep tersebut jika dibandingkan dengan beberapa *Beauty Influencer* lain, hanya Abel yang sudah membuat konsep tersebut. Dengan menjalankan bimbingan dari YouTube Indonesia Abel mengaku mengalami kenaikan jumlah pelanggan pada kanalnya. Sampai saat ini terhitung sampai tanggal 16 Mei 2017 yaitu dalam waktu satu tahun tujuh bulan, Abel Cantika mampu mendapatkan 193.298 pelanggan pada kanal YouTube.

Sikap yang ditampilkan oleh Abel Cantika pada presentasi dirinya lewat media YouTube ialah Abel menampilkan citra diri yang *feminine*, penolong, positif, selalu menolong dan dapat memberikan inspirasi kepada orang lain. Hal tersebut dibuktikannya dengan selalu menggunakan bahasa tanpa unsur negatif, selalu menolong dengan rajin menjawab pertanyaan dari audiens, menampilkan konsep video berdasarkan kebutuhan audiens. Selain itu menjadi populer lewat YouTube merupakan sesuatu hal yang memberikan motivasi bagi Abel Cantika untuk menampilkan konten video kecantikan yang lebih baik lagi. Pada sikap yang Abel tampilkan dapat disimpulkan bahwa Abel Cantika telah menjadi dirinya sendiri ketika melakukan presentasi diri dimana hal ini memberikan totalitas atas apa yang Abel kerjakan.

Penampilan yang diberikan pada setiap video yang ditampilkan ialah tampilan yang natural. Tampilan natural memang merupakan tampilan yang menjadi kepribadian Abel Cantika, tampilan ini pun yang juga banyak digemari kebanyakan orang dalam merias wajah karena tidak terlalu memberikan efek yang berbeda pada wajah. Pada pemilihan gaya rambut Abel menampilkan gaya rambut yang memang merupakan gaya rambutnya sehari-hari hingga hal tersebut semakin menunjukkan efek natural dan sesuai dengan dirinya. Dalam memilih warna busana Abel menyesuaikan dengan warna tampilan *makeup* yang Abel tampilkan. Sementara dalam hal latar Abel menggunakan nuansa warna merah muda yang merupakan warna kesukaannya. Hal tersebut juga yang memunculkan opini audiens bahwa Abel memiliki kepribadian yang sangat kewanitaan.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya agar dapat dibuat penelitian yang memfokuskan pada panggung belakang yang dilakukan oleh Abel Cantika. Berdasarkan hasil temuan

wawancara dengan Abel Cantika, peneliti menemukan bahwa banyak persiapan yang dilakukan sebelum sebuah video siap diunggah ke kanal YouTube. Dimulai dari proses pembuatan konsep, pengaturan property, pengambilan gambar, jenis kamera yang digunakan, hingga pengeditan video. Hal tersebut merupakan beberapa elemen pada panggung belakang Abel Cantika yang mampu menjadi fokus bahasan pada penelitian yang akan datang.

Berdasarkan temuan di lapangan bahwa penggunaan media sosial lain untuk mempromosikan unggahan video YouTube dapat meningkatkan jumlah penonton karena dalam hal ini yang dapat dijangkau bukan hanya pengguna YouTube saja namun juga pengguna sosial media lain seperti Instagram, Twitter, Facebook hingga Ask.fm. Dengan hal tersebut maka diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat meneliti media sosial mana yang paling efektif dalam menambah jumlah penonton kanal YouTube Abel Cantika.

Sesuai dengan temuan lapangan bahwa seorang pencipta konten YouTube disarankan untuk membuat satu konten besar dalam waktu tertentu bertujuan untuk menarik jumlah pelanggan dan penonton di kanal YouTube-nya. Hal demikian telah dilakukan oleh Abel Cantika dalam kanal YouTube-nya, maka diharapkan pada

penelitian selanjutnya dapat meneliti mengenai konten besar apa saja yang telah dibuat oleh Abel Cantika dan apakah konten tersebut efektif dalam menaikkan jumlah penonton dan pelanggan kanal YouTube Abel Cantika.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brandoutlet Magazine. 2016. Diperoleh dari : <http://magazine.brandoutlet.co.id/beauty-chitchat-with-abel-cantika>.
- Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2008
- Burgess, J. dan Green, J. 2009. *Youtube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge Polity.
- Henslin, J. M. 2006. *Sosiologi Dengan Pendekatan Membumi*. Jakarta: Erlangga.
- Leeuwis, C. 2013. *Komunikasi Untuk Inovasi Pedesaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Liliweri, A. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana Paranada Media.
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Perdana, G.R. dan Ahmadi, D. 2015. *Presentasi Diri Seleb Instagram Hijabers*. Prosiding Penelitian Sivitas Akademia Unisba (Sosial Humaniora). ISSN 2460-6510. Diperoleh dari : <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/2000>
- Pramono, A.B. 2007. *Rakyat (Bukan) Tumba (Kekuasaan & Kekerasan)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanta, J. dan Sumiyati. 2015. *Strategi Orang Tua dalam Menanamkan Sikap Tanggung Jawab Anak di Dusun Seropan I*.
- Youtube Statistics, September 2016. Website youtube diperoleh dari : <https://www.youtube.com/yt/press/id/statistics.html>.