



ANALISIS RESEPSI TERHADAP KREATIVITAS KEKEYI PUTRI CANTIKA DI YOUTUBE

The Reception Analysis on the Creativity of Kekeyi Putri Cantika in Youtube

Donna Miranti Verdiana

Program Studi Magister Kajian Sastra dan Budaya
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga

Address: Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan, Kampus B, Surabaya, Indonesia 60286

Surel: donna.verdiana@gmail.com

Abstrak: Kreativitas merupakan hal yang esensial di era milenial ini. Hal ini ditunjukkan oleh salah satu beauty vlogger, yakni Kekeyi Putri Cantika di platform Youtube. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi pada video yang diunggah oleh Kekeyi Putri Cantika di Youtube. Penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall untuk menemukan pemaknaan dominan, pemaknaan negosiasi, dan pemaknaan oposisi pada video yang diunggah oleh Kekeyi di Youtube. Peneliti memilih untuk menelaah isu berikut karena terdapat banyak artis dan beauty vlogger yang mengikuti trend 25K Makeup Challenge. Trend tersebut dibuat pertama kali oleh Kekeyi. Viralnya video Kekeyi di Youtube karena keunikan Kekeyi yang menggunakan balon berisi air untuk digunakan sebagai pengganti beauty blender.

Kata Kunci: Beauty Blender, Beauty Vlogger, Youtube

Abstract: Creativity is essential in this millennial era. This is shown by one of the beauty vloggers, namely Kekeyi Putri Cantika on the Youtube platform. This study aims to analyze the reception on the video uploaded by Kekeyi Putri Cantika on Youtube. This study uses Stuart Hall's reception theory to find dominant meanings, negotiation meanings, and opposition meanings in videos uploaded by Kekeyi on Youtube. The researcher chooses to examine the following issues because there are many artists and beauty vloggers who follow the trend of the 25K Makeup Challenge. The trend is first created by Kekeyi. Kekeyi's video goes viral on Youtube because of her uniqueness. That woman uses balloons filled with water as a substitute for a beauty blender.

Keywords: Beauty Blender, Beauty Vlogger, Youtube

PENDAHULUAN

Pada zaman pasca-modernitas ini banyak hal-hal yang dapat berkembang dengan pesat. Teknologi merupakan salah satu hal yang dapat terlihat perkembangannya dengan pesat. Berhubungan dengan perkembangan teknologi yang pesat semua akses dalam hubungan dan jaringan antar manusia kini tidak memiliki

batas ruang dan waktu yaitu melalui sosial media. Selain itu, semakin maju juga wawasan manusia dalam masyarakat mengenai teknologi. Perkembangan pesat teknologi juga menghasilkan produk seperti *smartphone*, kamera yang canggih, atau konten-konten dalam dunia maya yang sangat menarik untuk digunakan manusia pada zaman ini, khususnya



©2021 Donna Miranti Verdiana. Published in Lakon: Jurnal Kajian Sastra dan Budaya. Published by Universitas Airlangga. This article is published under [the Creative Commons Attribution \(CC BY-NC-SA 4.0\) licence](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

anak muda yang selalu update perkembangan zaman.

Konten-konten dalam dunia maya yang menarik dan berpengaruh sangat besar dalam kalangan milenial saat ini adalah *Youtube*. Dalam konten tersebut dari anak muda, orang tua, pebisnis, public figure dan semua kalangan yang tertarik dengan konten tersebut akan menggungkannya sebagai sarana pengekspresian diri mereka mulai dari kehidupan pribadi mereka, hobi, kegiatan yang sering dilakukan, sampai berbagai tips yang bermanfaat. Selain itu konten ini menjadi pengaruh yang sangat besar karena dapat menghasilkan uang bagi penggunanya saat pengikut konten mereka sangat banyak dan memenuhi syarat.

Mengenai tips-tips yang bermanfaat dalam *Youtube*, banyak sekali youtuber yang melaukan hal tersebut seperti para *Beauty Blogger* yang selalu bergi tips tentang make up. Mereka akan membagikan tips mulai dari cara *make up* yang benar, peralatan atau alat yang biasanya bagus untuk *make up*, atau membuat kreatifitas pada make upnya atau peralatan *make up*nya yang kemudian dapat ditiru atau diikuti oleh para pengikutnya dalam konten *Youtube* mereka.

Mengenai kreatifitas, dalam konten *Youtube* terdapat seorang pemula *Beauty Vlogger* yang beberapa bulan lalu menjadi *viral* atau terkenal karena kekreativitasanya pada alat *make up*. Menurut pengakuannya, ia masih tidak punya alat yang memadai untuk make up sehingga ia membuat sebuah alat dengan bahan

yang ia miliki. Rahmawati Kekeyi adalah *Beauty Vlogger* yang telah membuat benda kreatif yaitu balon yang diisi air sebagai pengganti *Beauty Blender*, alat yang biasanya digunakan untuk meratakan foundation bagi para MUA atau *Beauty Vlogger* saat berias.

Kekreatifan yang ditunjukkan oleh Rahmawati Kekeyi terbilang baru dalam dunia *Beauty Vlogger* dan belum tentu yang dipikirkan oleh Rahmawati Kekeyi dipikirkan oleh *Beauty Vlogger* lainnya yang bisa menjadi inspirasi dan membuat para pengguna konten *Youtube* yang lain penasaran untuk menonton video *Youtube* Kekeyi. Kekreatifan Rahmawati Kekeyi yang mampu menarik hati penonton kontennya atau pengguna konten *Youtube* yang lain karena telah menyuguhkan tips yang berbeda dari yang lain dapat menjadi daya tarik peneliti untuk meneliti fenomena ini. Alasan lain, adanya fenomena ini sebagian besar penonton konten *Youtube* Rahmawati Kekeyi atau pengguna *Youtube* yang lain sangat mengapresiasi seperti dalam bentuk dukungan dan memberi masukan pada Rahmawati Kekeyi mengenai videonya yang sudah memberi pengaruh positif. Jadi, pada penelitian ini akan melihat dari sudut pandang penonton atau teori resepsi pada konten *Youtube* Rahmawati Kekeyi dan pengguna konten *Youtube* yang lain mengenai video Rahmawati Kekeyi yang membuat tips kreatif balon berisi air sebagai pengganti *Beauty Blender*.

METODE

Metode penelitian dalam penulisan penelitian sangat diperlukan oleh peneliti, karena merupakan cara kerja yang harus dijabarkan sesuai dengan alat dan sifat yang dipakai, yaitu melalui teknik-teknik yang

digunakan (Sudaryanto, 1998: 26). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif, metode ini menganalisis melalui data yang sudah dipilah melalui sumber data kemudian dijabarkan dalam bentuk deskripsi paragraf. Jadi dengan kata lain, Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta.

1. Sumber Data

Sumber data penelitian ini berasal dari konsumen konten Youtube Kekey dan konten Youtube Kekey sendiri. Data di sini berupa isi konten video Youtube Kekey dan komentar Netizen atau masyarakat dalam dunia maya.

Objek penelitian ini yaitu pemberitaan yang berkaitan dengan ketenaran Kekey. Rentang waktu ini dipilih karena peneliti sebelumnya telah melakukan pencarian berita pada kurun waktu tersebut dan menemukan beberapa kasus yang sesuai dengan kajian. Ditemukan berbagai berita positif dan negatif tentang Kekey yang dimuat di media. Keberagaman inilah yang akan menjadi penambah khasanah penelitian analisis resepsi karena hasil analisis data yang dihasilkan akan berbeda dengan sebelumnya.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah dengan menggunakan teknik simak dan catat. Simak adalah metode yang cara pengumpulan datanya melalui penyimakan (mendengar dan melihat) secara

langsung data-data yang diambil dari sumber data, dalam kasus ini peneliti akan mengambil data yang berasal dari konten *Youtube* milik Kekey atau konten *Youtube* yang bersangkutan dengan Kekey. Selanjutnya peneliti akan menggunakan teknik catat yaitu teknik yang cara pengumpulan datanya dengan mencatat hasil penyimakan pembacaan bisa berupa teks tulis ataupun gambar gerak (video). Pemerolehan data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Pengumpulan data dilakukan selama 2 minggu yaitu di awal bulan November. Peneliti mengambil data di tahun 2018 dikarenakan selama satu tahun tersebut terdapat berita yang menayangkan seorang Kekey.
2. Dari sekian edisi yang telah ditayangkan peneliti akan mengambil tiga edisi yang dianggap telah memenuhi prosedur kriteria yang akan diteliti.
3. Melakukan pemilahan pada teks berita yang telah dikumpulkan sebelumnya.
4. Melakukan penelitian mengenai teks dan penayangan yang telah disampaikan oleh media.
5. Melakukan analisis pada video Kekey dalam konten *Youtube* beserta konsumennya mengenai kreativitas Kekey dalam video *Youtubenya* yang dikaji dengan menggunakan teori studi resepsi Stuart Hall. Selanjutnya pengambilan kesimpulan.

Penelitian ini juga menggunakan pencarian data melalui studi visual seperti website yaitu *Youtube* dengan pengangkatan topik yang sama. Selain itu peneliti juga akan menggunakan studi pustaka dengan menggunakan

beberapa buku yang berkaitan dengan resepsi Stuart Hall karena studi pustaka sangat berguna dalam mendukung teori dan hasil temuan pada saat penelitian berlangsung.

3. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan penulis mengenai masalah yang terkandung dalam data (Sudaryanto, 1993: 6). Penanganan tampak dari peneliti yang melakukan tindakan mengamati, menganalisis dan mengamati data. Data yang telah didapatkan oleh penulis adalah unsur-unsur studi resepsi yang terdapat pada media dengan menggunakan kajian analisis studi resepsi Stuart Hall. Seperti yang sudah diketahui dan ditemukan adanya konsumen video Kekey yang mengikuti *make up challenge* 25K, memakai balon berisi air sebagai pengganti *beauty blender*.

4. Teori Resepsi

Analisis resepsi merupakan sebuah pendekatan alternatif untuk mempelajari tentang khalayak, bagaimana memaknai pesan yang diterima dari sebuah media, titik awal penelitian ini adalah adanya asumsi bahwa makna yang terdapat di dalam media massa bukan hanya ada pada teks. Teks pada media massa akan memperoleh makna pada saat audiens melakukan penerimaan atau reception. Pada penelitian ini khalayak bisa dikatakan sebagai produsen makna yang aktif, tidak hanya diposisikan sebagai konsumen pada media massa. Menurut (Barker, 2008:49), reception analysis berfokus pada bagaimana khalayak yang berbeda

memaknai isi media tersebut, hal tersebut karena pesan media selalu memiliki banyak makna yang diinterpretasikan, dalam proses pemaknaan khalayak akan mendefinisikan informasi yang diterima sesuai sudut pandangnya.

Khalayak merupakan pencipta aktif makna dalam kaitannya dengan teks, sebelumnya mereka membawa kompetensi kultural yang telah mereka dapatkan untuk dikemukakan dalam teks sehingga audien yang terbentuk dengan cara yang berbeda akan mengerjakan makna yang berlainan (Barker, 2008:49). Makna yang dibaca kritikus dalam teks kultural tidak sama dengan yang diproduksi oleh audien aktif atau pemirsa. Bahkan makna yang diperoleh pembaca yang satu tidak akan sama dengan makna yang diperoleh pembaca lain (Barker, 2013). Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa isi dari reception analysis merupakan pesan yang disampaikan melalui media yang dapat dimaknai secara berbeda oleh penerima yang berbeda. Berdasarkan latar belakang yang berbeda dari setiap penerimanya seperti umur, pendidikan, hobi dan pengalaman yang berbeda-beda dapat membuat para remaja ini memaknai pesan secara berbeda pula.

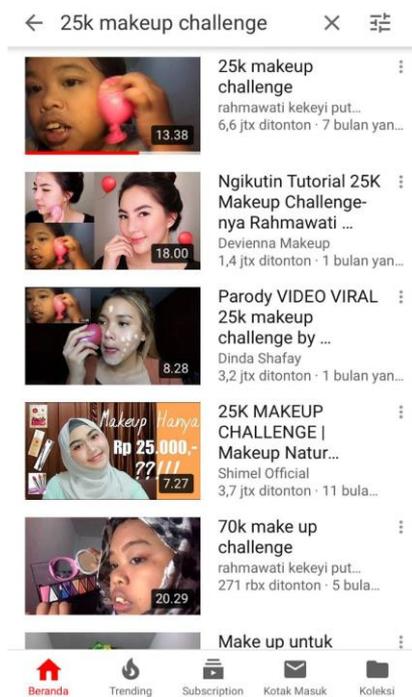
Menurut Stuart Hall yang dikutip (dalam Davis, 2004:62) ada tiga bentuk pemaknaan antara penulis dan pembaca dan bagaimana pesan itu dibaca di antara keduanya yaitu:

1. Pemaknaan Dominan (*Dominan Hegemonic Position*), posisi di mana kode yang disampaikan diterima secara umum dan dimaknai secara umum, Tidak terjadi perbedaan penafsiran antara produsen (penulis) dan konsumen (pembaca) pesan.

2. Pemaknaan yang Dinegosiasikan (*Negotiated Code atau Position*), kode yang disampaikan produsen. Pesan yang diartikan secara terus menerus diantara kedua belah pihak. Kode yang diterima khalayak tidak dibaca dalam pengertian umum, tetapi khalayak akan menggunakan kepercayaan dan keyakinan tersebut dan dikompromikan dengan kode yang disediakan oleh produsen pesan.

3. Pemaknaan oposisi (*Oppositional Code atau Position*), pemaknaan ini terjadi ketika konsumen teks memahami dan menandakan secara berbeda pesan, teks atau kode yang disampaikan oleh produsen dengan kerangka konsep dan ideologinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Para Beauty Vlogger yang mengikuti *make up* ala Kekey

Kesederhanaan video yang dibuat oleh Kekey dan peralatan yang digunakan dalam video make

upnya membuat banyak orang yang melihat video tersebut mendukungnya. Mereka melihat semangat dan kreativitas Kekey yang memiliki ide mengganti *beauty blender* dengan balon berisi air sebagai pengganti *beauty blender* mereka untuk make up. Sehingga para penonton video tersebut malah memberikan saran dan dukungan agar kekey bisa lebih berkembang dan memahami dunia youtube bila ia masih ingin menjadi youtuber.

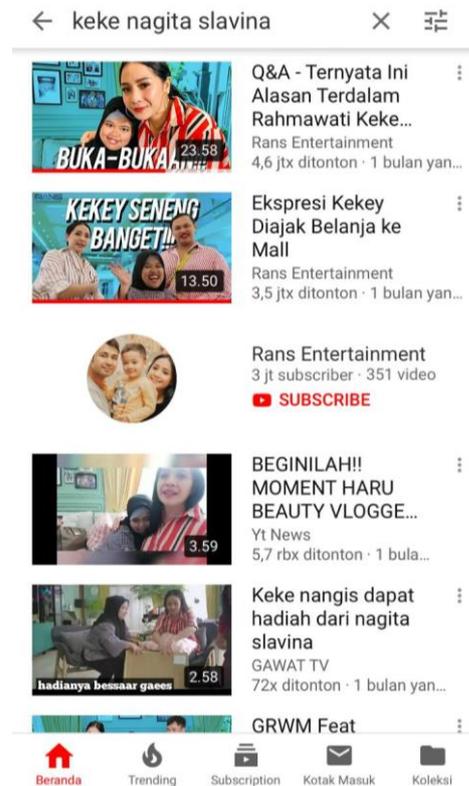
Viralnya Video yang diunggah oleh Kekey di Youtube "25K Make Up Challenge" membuat masyarakat antusias dan sangat senang sekali Kekey membuat warna baru di youtube tentang makeup yang tidak harus mahal tapi tetap natural look dan bagus tidak menor. Viralnya video Kekey yang sempat trending 1 di Youtube membuat artis-artis Indonesia mengundangnya dan mengajak kolaborasi membuat video di Youtube bersama. Nagita Slavina, Tasya Farasya, Deddy Corbuzier, dan salah satu acara gossip Rumpi dan Brownies Siang di Trans Tv pun ikut mengundangnya. Bahkan video kolaborasi bersama Nagita dan Deddy Corbuzier pun juga sempat trending 10 di youtube selama beberapa hari.

Masyarakat atau netizen banyak yang memuji Kekey dan senang dengan kehadiran Kekey karena sangat positif membuat konten youtube dengan balon berisi air untuk mengganti spons atau *beauty blender* yang biasa digunakan oleh *youtuber-youtuber* makeup Indonesia. Jarang sekali netizen Indonesia yang membullynya, karena menurut netizen Kekey sangat kreatif dan memiliki ide baru dalam dunia *make up*. Selain itu, Kekey juga membuktikan bahwa jelek, gendut, pendek itu bukan alasan untuk

tidak percaya diri dengan diri sendiri. Karena dengan usaha dan mau merubah dirinya untuk menjadi lebih positif (membuat prestasi melalui hal positif seperti membuat video yang bermanfaat) menjadi lebih baik daripada masih tetap menjadi orang yang minder. Selain itu, Kekey menjadi tidak melulu mengedepankan kecantikan tetapi juga kreativitas. Keunikan dari video Kekey sendiri adalah video yang sangat sederhana dan menginspirasi banyak netizen yang akhirnya menjadi banyak diminati penggemar. Bahkan banyak yang menginginkan Kekey untuk mengadakan *Meet and Great*.

Banyak *beauty vlogger* yang penasaran dan ingin mencoba balon berisi air sebagai pengganti *beauty blender* mereka untuk *make up*. Seperti yang dilakukan oleh *beauty vlogger*, Tasya Farasya, Devienna Makeup, Rachel Goddard. Mereka adalah beberapa *beauty vlogger* yang mengikuti cara kreatif Kekeyi saat *make up*. Selain itu, ada juga yang ikut melakukan *25k make up challenge* dan berdandan menirukan Kekeyi seperti yang dilakan salah satu *beauty vlogger* yang bernama Sohwa Halilintar.

Melalui tanggapan dan dukungan netizen mengenai kereativitas ini merupakan pemaknaan dominan. Dari produsen media (Kekey) tersebut yang membuat kreativitas memang membawa dampak positif sehingga konkumen media tersebut (netizen) sangat mendukung dan setuju adanya kretivitas yang diciptakan oleh Kekey.



Gambar 2. Perilaku dan sikap Nagita Slavina terhadap Kekey

Setelah video balon yang berisi air sebagai pengganti *beauty blender* viral, banyak *beauty vlogger* dan *vlogger youtube* yang kagum serta menyemangati Kekeyi, salah satunya dengan mengundang dan ingin bertemu Kekeyi untuk membuat video bersama di konten mereka masing-masing. Seperti yang dilakukan oleh Nagita Slavina, Kekey viral karena hal positif ujar Nagita Slavina. Kemudian, merk *makeup* yang digunakan oleh Kekey pada *foundation* ialah Viva 5 ribu, *blush on* dan *lipgloss* yang digunakan juga murah dapat dijangkau oleh masyarakat dengan berbagai kalangan. Selain itu, ia menggunakan balon isi air untuk digunakan sebagai pengganti *beauty blender* yang membuat dia viral dengan ke kreatifannya tersebut. Selain Nagita mengundangnya ia membelanjakan berbagai *make up* dan alat *make up*nya

Donna Miranti Verdiana

untuk Kekey dan memilihkannya yang lebih sesuai untuk umur Kekey.

Melalui tindakan Nagita Slavina di atas termasuk dalam pemakaian oposisi. Nagita tidak ingin Kekey mengalami alergi ataupun kulitnya rusak karena menggunakan make up sembarangan apalagi dengan harga murah. selain mengundang Kekeyi untuk membuat video bersama Nagita juga membelanjakan Kekeyi makeup dan beberapa alat make up dengan tujuan agar Kekeyi tidak sembarangan lagi menggunakan make up yang dapat merusak kulitnya dan dapat berias menggunakan alat-alat make up yang lebih layak. Melalui make up yang dibelikannya, Nagita berharap kepada Kekey agar dapat belajar memilah make up yang baik untuk kulitnya sehingga tidak dapat merusak kulitnya yang bagus.



11:16 Suka liptin
Gambar 3. Komentar Netizen kepada Kekeyi



Ini baru patut di contoh . Lebih banyak bersyukur katanya, ini TRENDING 1 BARU COCOK

Setuju LIKE



Kood Design Art • 1 bulan yang lalu



979



2

[LIHAT 2 BALASAN](#)



Setelah lihat kekeyi langsung nyesel karena lebih sering ga pede, lebih sering ngeluh, lebih sering ngebandingin diri sendiri sama orang lain. Dan sekarang gue bersyukur karna kekeyi bikin kita semua jadi inget kalo yg penting itu jujur, tulus, apa adanya diri kita 🙌

Vina Violita • 1 bulan yang lalu

Gambar 4. Respon Netizen mengenai keadaan Kekeyi

Perbedaan konten video makeup Kekeyi dengan yang lain ialah terdapat dalam balon yang diisi air digunakan sebagai pengganti beauty blender yang mahal membuat masyarakat penasaran dan ingin mencobanya. Viralnya Kekeyi membuat artis-artis memberikan hadiah makeup dan peralatan-peralatan makeup untuk Kekeyi agar dia bisa belajar lebih dalam lagi mengenai makeup dan bisa lebih bagus lagi teknik makeupnya.

Di video kolaborasi bersama Tasya Farasya, Kekeyi pun mendandani beauty vlogger Tasya Farasya dengan makeup keseharian Kekeyi dengan makeup murah pun dia tidak malu. Kekeyi mengatakan bahwa makeup apapun di depannya

merek apapun ia tidak mempermasalahkannya itu, yang terpenting fungsi dan kegunaan setiap makeupnya. Fans menunjukkan partisipasinya melalui produksi maupun konsumsi (Hidayati & Riyanto, 2021). Adapun fans Kekeyi yang tidak menyukainya dan mengatakan alay atau terlalu berlebihan. Konten video Kekeyi dapat menginspirasi banyak penggemar dari semua kalangan masyarakat. Kepercayaan diri dan keramahan Kekeyi membuat banyak fans yang menyukainya. Bahkan netizen sempat banyak yang menulis di kolom komentar *youtube* tidak ada komen-komen negatif.

Melalui penjelasan di atas, adanya konsumen aktif konten Youtube khususnya pada konten Youtube Kekeyi yang lebih banyak mengarah kepada pemikiran positif mengenai kreativitas Kekeyi. Maka, hal tersebut dapat menjadi pemaknaan negosiasi, karena banyak sekali netizen yang sangat mendukung apa yang dilakukan kekeyi.

SIMPULAN

Dari data yang sudah di dapat dan dianalisa pada pembahasan di atas, terdapat tiga teori resepsi Stuart Hall yang meliputi pemaknaan dominan, pemaknaan negosiasi, dan pemaknaan oposisi. *Pertama, pemaknaan dominan* ditemukan peneliti banyaknya masyarakat yang mengikuti video Kekeyi yang viral dengan menggunakan balon diisi air sebagai pengganti alat *Beauty Blender* dan membuat *25K make up challenge*. *Kedua, pemaknaan negosiasi* yaitu banyaknya netizen yang memiliki keyakinan bahwa Kekeyi adalah *Vlogger* yang menyebarkan dampak positif dalam dunia *make up*.

Kehadiran video Kekey membuktikan bahwa memakai make-up murah pun juga bisa terlihat cantik. Terlihat dengan banyak netizen yang berkomentar baik, positif, dan membangun untuk Kekey. *Ketiga, pemaknaan oposisi* berupa pemikiran Nagita Slavina mengenai make up Kekey yang murah dan belum tentu aman untuk kulit wajah Kekey sehingga ia membelikan make up yang sesuai dengan kulit wajah Kekey.

Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

<http://www.youtube.com/rahmawatikekeyiputricantika>

<http://www.youtube.com/ransentertainment>

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, Chris. 2013. *Cultural Studies Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Davis, H. 2004. *Understanding Stuart Hall*. London: Sage Publication.
- Eriyanto. 2009. *Analisis Wacana "Pengantar Analisis Teks Media"*. Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara.
- Hawari, Mahdi. 2019. *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram @Indoclubbing*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Hidayati, A. N., & Riyanto, E. D. (2021, April). The Characteristics of Fandom Reveluv as A Cyberfandom of Red Velvet on Twitter. *Diglossia*, 12(2), 89-99.
- Nisa, Uswatun. 2017. Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.com.