



Persepsi Mahasiswi Prodi Aqidah Dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara Tentang Beauty Vlogger Dalam Tinjauan Etika

Fadhilla Alfitri¹, Adenan Ritonga², Muhammad Faishal³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Corresponding Author : fadhillaalfikri10@gmail.com

ABSTRACT

Adapun masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswi prodi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara tentang beauty vlogger dalam tinjauan etika dan apa pengaruh mahasiswi prodi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terhadap konten beauty vlogger dalam sudut pandang berhias dalam Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswi prodi aqidah dan filsafat islam UIN Sumatera Utara terkait dengan beauty vlogger dalam tinjauan filsafat etika, serta pengaruh beauty vlogger menurut mahasiswi AFI UIN Sumatera Utara dalam sudut pandang berhias dalam islam. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan persepsi mahasiswi dan filsafat etika. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merujuk pada hasil wawancara dan observasi lapangan, serta berdasarkan rujukan dari beberapa buku-buku filsafat mengenai filsafat etika dan aliran-alirannya. Hasil penelitian ini, persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait beauty vlogger dalam tinjauan etika, terbagi menjadi tiga, yakni ada yang menyebutkannya sebagai aliran filsafat etika hedonisme (kelezatan /kenikmatan), utilitarisme (manfaat) dan naturalisme (fitrah/alami). Namun secara garis besar lebih memberikan klaim sebagai aliran filsafat etika hedonisme. Dalam pengaruhnya sangat mempengaruhi tata cara berhias seseorang. Namun untuk konten beauty vlogger yang menjadi sample konten menurut mereka belum dapat dikatakan sesuai dengan syariat islam karena melampaui batasan-batasan berhias dalam islam.

Kata Kunci

Beauty Vlogger, Persepsi Mahasiswi, Filsafat Etika.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial semakin terlihat dewasa ini. Terbukti dengan jumlah orang yang terinfeksi media sosial dari muda hingga tua, dari *WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram* hingga *YouTube*. Singkatnya dan kecepatan informasi berarti bahkan ada sebagai platform untuk bisnis dan masyarakat umum untuk melihat informasi dan mempromosikan produk mereka. Dan meski digunakan di daerah pinggiran kota, akses media sosial tidak membebani masyarakat. Masyarakat dapat menggunakan semua akses media sosial selama mereka memiliki koneksi internet dari paket perdana atau *Wi-Fi*.

Salah satu jenis informasi media sosial yang sering berada di ranah publik adalah Youtube. Sama seperti Google, *Youtube* memberi Anda banyak akses ke semua *platform* yang Anda inginkan dan butuhkan. Berbeda dengan media sosial lainnya yang cenderung menyampaikan informasi melalui teks, *YouTube* menyajikan informasi dalam bentuk perspektif audiovisual. *Youtube* adalah situs web portal video dengan berbagai jenis video, seperti tutorial, video musik, berita, vlog, dan lain sebagainya, dapat diakses oleh pengguna internet.

Dengan bantuan internet, pengguna *Youtube* bebas mengedit, menambah, dan mengubah teks, gambar, video, dan lain sebagainya. tanpa perlu kolaborator. Seperti media TV lainnya, *Youtube* memiliki misi yang sama, tetapi ada perbedaan penting di antara keduanya. Media televisi menyediakan tayangan yang mengedukasi dan menghibur pemirsanya, namun *Youtube* melangkah lebih jauh lagi dengan menyediakan berbagai tayangan audiovisual yang diinginkan pemirsa. Kelebihan *Youtube* lainnya adalah dapat digunakan kapan saja, di mana saja tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Kelebihan dari *Youtube* adalah siapa saja dapat memiliki akun untuk mengunggah video dan dapat mencari atau menggunakan akun video lainnya. Banyak orang yang memiliki akun pribadi dapat berkreasi dan inovatif dalam membuat berbagai jenis video yang biasa disebut dengan *vlog*. Sekarang semua orang bisa menonton video tidak hanya di TV tetapi juga di *Youtube* sehingga memiliki banyak penggemar. Dalam perkembangannya, *vlog* terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain, *vlog* komedi, *vlog* wisata, *vlog* kuliner, *vlog* harian, *vlog* hijab, bahkan *beauty vlog* atau *vlog* kecantikan.

Menerapkan riasan wajah dengan produk dan alat kecantikan, perawatan kulit dan perawatan dengan produk perawatan wajah dan tubuh, serta berbagi pengalaman produk adalah konten paling populer bagi wanita yang menonton video *Youtube*. Hal ini menunjukkan bahwa orang lebih tertarik mempelajari sesuatu sambil menonton video. Menurut data Statistica.com 2019, *Youtube* merupakan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan 88%. Pada tahun 2018, 169 juta pemirsa menonton konten kecantikan. Beauty vlogger adalah istilah yang mengacu pada orang yang membuat konten video seperti tutorial makeup, tutorial perawatan wajah, tutorial hijab, review produk, dll dan mengunggahnya ke saluran sosial *Youtube* dan situs web lainnya. Ada banyak jenis konten video yang membuat seseorang terkenal dan menghasilkan banyak uang dari video yang dibuatnya. Terutama para beauty vlogger yang membuat konten video kecantikan dan membagikan pengalamannya tentang berbagai jenis produk kecantikan yang mereka gunakan. Mereka memiliki skin yang memungkinkan mereka beradaptasi

dengan informasi yang diinginkan yang perlu diketahui audiens untuk lebih memahami diri mereka sendiri.

Fenomena munculnya *vlog* menjadi bukti dewasa ini, bahwa masyarakat tidak hanya ikut andil dan aktif dalam kegiatan konsumtif saja, melainkan juga memproduksi informasi, karya kreatif dan inovatif. Selain itu, sajian yang diberikan *vlogger* dalam video blog membawa pengalaman yang lebih menarik, yaitu dengan membaca gestur dan ekspresi. Sajian ini tidak pernah ditemukan dalam teks biasa seperti pada *blog* atau *website*. Hal yang menarik dalam *vlog* adalah di pemilik akun, para *vlog* ini dianggap kredibel dan berpengalaman sehingga mampu menghipnotis penontonnya melalui gagasan dan tutorial yang dibuat.

Salah satu contoh *beauty vlogger* yang kami maksud adalah “Tasya Farasya”. Tasya merupakan *beauty vlogger* di platform *YouTube* dengan jumlah *subscriber* sebanyak 4,2 juta. Dalam video-video yang diunggahnya di channel youtube miliknya membahas tentang berbagai macam produk-produk kecantikan. Dalam *vlog* Tasya Farasya memberikan ulasan dan tutorial tentang kecantikan, misalnya tutorial *makeup*, *skincare*, hijab, dan ulasan atau *review* produk kecantikan layaknya iklan di televisi. Ia membuat video pribadi yang secara spesifik membahas mengenai kecantikan, tanpa perlu *crew* seperti yang ada pada televisi.

Melihat konten video para *beauty vlogger*, sepertinya publik, terutama para wanita yang menontonnya, meniru apa yang mereka lihat. Oleh karena itu, wanita dibuat, secara sadar atau tidak sadar, untuk meniru apa yang mereka lihat, baik dalam pikiran maupun tindakan mereka. Tidak ada salahnya mengingat apa yang Anda lihat dan mulai melihat dan menirunya. Oleh karena itu, sangat penting bagi para *beauty blogger* untuk mempertimbangkannya. etika yang ada dan menentukan sikap dan ekspresi mereka dalam video *vlog* yang diunggah, itu penting.

Menurut kamus besar bahasa indonesia, kata “cantik” memiliki arti “sesuatu yang indah” yang berkaitan dengan wajah maupun bentuk tubuh. Sedangkan “mempercantik” memiliki arti “membuat lebih cantik”, artinya menjadikan suatu bentuk atau sesuatu yang pada awalnya “biasa” menjadi lebih baik dari sebelumnya. Kata “cantik” memiliki arti yang berbeda dari “indah-memperindah”, bahwa setiap sesuatu yang cantik sudah pasti “indah” sedangkan sesuatu yang indah belum tentu “cantik”.

Kecantikan dalam alam manusia biasanya diartikan sebagai kecantikan dalam hubungannya dengan wanita. Kecantikan cenderung tercermin dalam berbagai bentuk ekspresi. Wanita memiliki keinginan naluriah untuk tampil

cantik sehingga kecantikan dapat diidentikkan dengan wanita, karena ada kecantikan yang mendominasi mereka secara lahiriah.

Kecantikan juga sering dikaitkan dengan usaha untuk mempercantik diri atau dalam bahasa yang digunakan yaitu “berhias”. berhias di artikan : “usaha memperlakok diri dengan pakain ataupun lainnya yang indah-indah,berdandan dengan dandanan yang indah dan menarik” berhias dalam tadisi kecantikan sangat berkaitan dengan kosmetik atau *make up*. *Make up* sendiri diartikan sebagai proses memperbagus penampilan (wajah) dengan menggunakan bahan-bahan tertentu.

Konsep kecantikan wanita dari waktu ke waktu selalu mengalami perubahan, mulai dari yang bersifat seksual semata, sampai politis. Konsep kecantikan juga bisa dibedakan antara yang klasik, modern, dan postmodern. Kecantikan klasik lebih mengarah pada ukuran-ukuran tubuh yang proporsional sesuai dengan konsepsi ideal yang digariskan oleh budaya, dan perpaduan antara kecantikan fisik dan mental (*inner beauty*), serta menekankan pada keselarasan hubungan dengan alam. Konsep kecantikan tradisional pada dasarnya berpijak kepada prinsip harmoni yang terkait secara struktural antar bagian tubuh sebagai efek alamiah dari anatomi dan fisiologi tubuh manusia. Kecantikan modern, lebih mengarah pada keseragaman atau universalitas, seperti kulit putih, dan ukuran-ukuran tubuh yang proporsional, dan semuanya mengarah pada hal-hal yang modern. Sedangkan kecantikan postmodern adalah kecantikan yang mengacu pada makna pluralitas, heterogenitas dan bersifat sangat subyektif.

Menurut Huzaimah dalam perspektif islam, berhias memiliki batasan-batasan diantaranya adalah: Berpotensi tidak merubah ciptaan Allah swt, Tidak menipiskan alis, mengikir gigi dan operasi wajah, Tidak menyambung rambut. Dalam *trend modern* kecantikan sangat di kaitkan dengan produk-produk kosmetik. Kosmetika berasal dari *cosmos* yang berarti susunan alam semesta yang teratur dan harmonis. Atas dasar itu, maka kosmetika didefinisikan sebagai “bahan yang digunakan untuk mepercantik serta menyempurnakan penampilan si pemakai sehingga menimbulkan kesan rapih, cantik, menarik, dan harmonis.

Sebelum melanjutkan pembahasan mengenai kosmetik, perlu kita ketahui bahwa penggunaan kosmetik dengan hasil yang dianggap baik dipengaruhi oleh cara berpakaian seseorang atau dengan kata lain kesesuaian cara berpakaian dengan kadar kosemetik yang digunakan. Dalam islam telah diatur mengenai tata cara berpakaian, adapun secara umum kebolehan cara berpakaian diatur oleh kadar manfaat dan *mudharat* atau dengan kadar tidak

berlebih-lebihan. Dalam tinjauan *etika* sesuatu yang berlebih-lebihan bisa jadi masuk dalam kategori aliran filsafat etika tentang *hedonisme*.

Kosmetik memiliki fungsi memperindah penampilan manusia atau aroma tubuh manusia, karena keindahan akan menarik perhatian orang-orang sekaligus memberikan kesan positif terhadap mereka, disisi lain Islam merupakan agama yang menaruh perhatian pada persoalan kebersihan, kesucian serta keindahan tersebut. Islam bahkan mengajarkan merawat dan memelihara diri, banyak nash-nash didalam Al-Qur'an maupun Hadits yang memberikan motivasi agar seseorang muslim maupun muslimah memperhatikan keindahan, bagi muslimah bahkan dianjurkan untuk berhias diri untuk keperluan-keperluan tertentu, seperti contoh salah satunya yaitu untuk menyenangkan suami.

Konsep-konsep kecantikan dalam *trend modern* juga berkaitan dengan etika. Dalam Islam, etika diistilahkan dengan akhlak yang berasal dari bahasa Arab *al-akhlak (al-khuluq)* yang berarti “ budi pekerti, tabiat atau watak”. Dalam al-Qur'an disebutkan bahwa :

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya :

“Sesungguhnya engkau Muhammad berada di atas budi pekerti yang agung”. (*al-Qalam;4*)

Oleh karena itu, etika dalam Islam sinonim dengan ilmu moralitas, dan terdiri dari ilmu tentang kebaikan dan bagaimana memperolehnya sehingga dapat dihiasi dengan kebaikan, ilmu tentang keburukan, dan ilmu tentang keburukan, dan ilmu keburukan. pengetahuan bahwa orang dapat dibebaskan dari dosa-dosa mereka, adalah cara untuk menahan diri dari mereka. mereka mereka. Etika, di lain pihak, seringkali dianggap sama dengan akhlak. Persamaannya memang ada, karena keduanya membahas masalah baik-buruknya tingkah laku manusia, akan tetapi akhlak lebih dekat dengan “kelakuan” atau “budi pekerti.

Dalam penelitian ini penulis ingin menelisik lebih dalam mengenai aktivitas *beauty vlogger* dalam tinjauan filsafat etika. Dengan mengacu pada persepsi informan yang dalam hal ini penulis memilih mahasiswi fakultas Ushuluddin UIN Sumatera Utara selaku informan dalam penelitian. Penulis memilih fakultas Ushuluddin bukan karena semata-mata faktor kedekatan, melainkan sebuah misi dan tanggung jawab intelektual. Mahasiswa fakultas Ushuluddin merupakan pelajar yang terdidik yang mempelajari dan mendiskusikan persoalan-persoalan ilmiah, misalnya dalam konteks agama yang dikaitkan dengan teori-teori ilmiah yang mendukungnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang alamiah. Sifat penelitian dalam penelitian ini adalah Kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah yang bersifat deskriptif, analitik dan komparatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang terkait dengan atau melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara factual dan cermat. Sedangkan analitik digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis.

Subjek penelitian ini ialah mahasiswi jurusan Aqidah Filsafat Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Teknik Pengumpulan Data dilakukan dengan data primer dan data sekunder, data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Mahasiswi Prodi Aqidah Dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara Tentang *Beauty Vlogger* Dalam Tinjauan Etika

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan terhadap 28 mahasiswi sebagai informan dalam penelitian ini dan dari hasil penelitian ini diperoleh banyak informasi mengenai bagaimana persepsi mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara terhadap Konten *Beauty Vlogger* dalam tinjauan etika. Berikut adalah wawancara yang peneliti peroleh setelah melakukan wawancara dengan mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara:

Sri Puteri Rezeki merupakan seorang mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara, Prodi Aqidah dan Filsafat Islam angkatan 2019. Selain itu SPZ ternyata mengetahui tentang *Beauty Vlogger* Tasya Farasya. Menurut SPZ: "yang saya ketahui *Beauty Vlogger* itu ialah konten video yang membahas tentang *fashion* dan kecantikan. Biasanya *Vlogger* akan memberikan tutorial *make up*, rias busana terkini dan sejenisnya."

Apakah SPZ sering menonton konten *Beauty Vlogger Tasya Farasya*". Menurutnya: sangat jarang sekali nonton, kecuali kebetulan muncul di beranda sosmed dan menarik. Setelah menonton konten tersebut yang SPZ rasakan sebenarnya bermacam-macam. Menurutnya keinginan untuk mengikuti apa yang di sajikan dalam konten tersebut, terlebih hal itu berkaitan dengan wanita dan perawatan, akan tetapi ada beberapa konten yang disajikan tidak untuk di

ikuti *trend* dan *fashion* nya. Melainkan hanya sekedar untuk *knowlegde* atau pengetahuan saja.

Untuk mendapatkan informasi yang lebih efektif, peneliti akan menyajikan beberapa hasil wawancara menggunakan tabel berikut, menjawab pertanyaan dari “Bagaimana Persepsi Mahasiswi Prodi Aqidah Dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara Tentang *Beauty Vlogger* Dalam Tinjauan Etika”:

Tabel 1.

Persepsi Mahasiswa

No	Nama	Persepsi
1	Aisyiyah Zega	“ <i>beauty vlogger</i> itu kan maksudnya orang yang membuat konten di youtube dengan membahas hal-hal yang berkaitan dengan kecantikan, tentunya lebih identik dengan wanita. untuk konten tasya farasya misalnya seperti yang ditanyakan tadi, dengan <i>review</i> nya mengenai lipstik hermes yang harganya sampai 2,1 juta itu menurut saya kalau dikaitkan dengan teori-teori filsafat etika seperti lebih ke aliran hedonisme, kenapa saya berpendapat seperti itu soalnya kan ada juga produk serupa yang harganya lebih murah dan fungsinya sama-sama untuk bibir kan”
2	Alini Salsada Siregar	“menurut saya, kalau <i>beauty vlogger</i> dalam tinjauan etika antara dua aliran filsafat etika, bisa jadi hedonisme atau utilitarisme. hedonisme jika ia merasa kalau lebih puas dengan produk yang mahal atau menggunakan <i>fashion</i> yang membutuhkan biaya jutaan bahkan sampai puluhan juta. tapi bisa jadi utilitarisme kalau produk dan <i>fashion</i> tersebut menurutnya memiliki manfaat yang lebih baik dari produk dan <i>fashion</i> yang lain”
3	Atika Aulianda	“ <i>make up mua</i> itu kan biasanya digunakan sama artis, jadi sebenarnya kalau di kaitkan sama aliran dalam filsafat etika menurut saya lebih ke utilitarisme, soalnya sesuai dengan tuntutan pekerjaan juga manfaatnya tentu

		akan berbeda dengan <i>fashion</i> yang lain. jadi kalau ada <i>beauty vlogger</i> yang membuat tutorial tentang itu menurut saya sih lebih ke utilitarisme”
4	Cindyani	“menurut saya kalau untuk <i>fashion</i> yang menghabiskan sampai puluhan juta sih lebih ke aliran hedonisme sih, artinya walaupun di konten <i>beauty vlogger</i> ada yang membuat tutorial tentang hal tersebut kalau saya pribadi lebih menjadikannya sebagai edukasi aja, artinya jadi pengetahuan baru supaya tidak ketinggalan informasi”
5	Cut Puja Kasma	“mungkin jauh dari etika theologi, memang dalam islam kita tidak di larang untuk berhias dan menjaga kecantikan tapi kalau berlebihan bisa jadi ke perbuatan hedon, artinya yang penting puas”
6	Ester Evalinda Sinaga	“kalau konten <i>beauty vlogger</i> seperti tasya farasya saya melihatnya lebih ke utilitarisme, karena memang sebenarnya dalam konten yang dia bikin itu dijelaskan juga manfaatnya apa dan cocoknya untuk siapa”
7	Fauziah Mahnizar Nasution	“saya tidak melihat ke tasya farasya ya, tapi lebih ke kontennya, sepertinya lebih ke naturalisme. karena menurut saya fitrahnya cewek emang lebih condong pada barang-barang mahal, jadi wajar aja kalau konten <i>beauty vlogger</i> yang dia sajikan seperti itu”
8	Fithri Juhana Syah	“sah-sah saja sih kalau pakai produk-produk mahal. artinya tergantung siapa yang menggunakan, kalau yang makai itu orang-orang yang sekelas tasya farasya kayaknya alirannya filsafat etikanya ke utilitarisme”
9	Iis Afrida Nasution	“penggunaan produk-produk kosmetik kan sebenarnya lebih ke manfaat ya untuk kecantikan, tapi seharusnya <i>beauty vlogger</i> harusnya kan me-review <i>fashion</i> atau produk yang standar aja. tapi kalau sudah mencapai

		harga jutaan atau bahkan sampai puluhan juta seperti yang di video kayakanya lebih ke hedonisme ya”
10	Juniawati Sihombing	“kalau menurut saya masuk ke filsafat hedonisme ya, kalau untuk sekedar lipstik atau <i>make up ngabisin</i> biaya puluhan juta padahal ada yang lebih murah dan <i>worth it</i> ”
11	Kurnia Syahraini	“menurut saya produk itu kan kalau mahal biasanya menawarkan manfaat yang lebih bagus, begitu juga dengan <i>fashion</i> kalau dengan <i>fashion</i> tersebut bisa membuat penampilan jadi lebih elegan dan percaya diri berarti kan termasuk ke aliran utilitarisme”
12	Mita Nabila	“konten <i>beauty vlogger</i> seperti tasya farasya itu menurut saya hedonisme ya kalau di tinjau dalam aliran filsafat etika”
13	Mitta Syahrani Ritonga	“saya menonton konten <i>beauty vlogger</i> biasanya untuk sekedar menambah wawasan aja, misalnya kayak kontennya tasya farasya. soalnya kalau di ikuti lebih ke hedonisme karena produk dan <i>fashion</i> yang di sajikan harganya sampai jutaan bahkan puluhan juta”
14	Nendy Maulaya Anggraini	“menurut saya kalau di tinjau dai filsafat etika termasuk <i>vlogger</i> yang hedonisme ya, soalnya kan ada yang lebih terjangkau harganya”
15	Nengsih Anggraeni	“cantik itu kan sebenarnya relatif, jadi kalau konten <i>beauty vlogger</i> ada yang membahas produk-produk kosmetik yang harganya jutaan itu sepertinya secara tidak sadar seperti aliran etika hedonisme”
16	Nita Asnaini	“menurut saya konten <i>beauty vlogger</i> seperti Tasya Farasya itu kalau dilihat dari video-video yang dia bikin masuk ke kategori aliran filsafat etika hedonisme ya”
17	Novita Nasution	“ <i>beauty vlogger</i> itu kan konten yang

		membahas tentang kecantikan ya, jadi kalau kontennya membahas tentang produk yang memiliki kualitas bagus berarti kan termasuk ke aliran filsafat etika utilitarisme, walaupun harganya memang sampai jutaan seperti yang di videonya Tasya”
18	Putri Bungsu	“menurut saya kalau dari videonya Tasya itu berlebihan sih dari segi harga. Karena menghabiskan uang untuk hanya sekedar satu buah lipstik sampai jutaan <i>gak worth it</i> dan bisa dikategorikan ke aliran filsafat etika hedonisme”
19	Sarmalina Pane	“menurut saya konten <i>beauty vlogger</i> yang <i>review</i> produk dan <i>fashion</i> sampai jutaan itu berlebihan <i>sih</i> , soalnya kan videonya <i>bakal</i> ditonton banyak orang dan bisa mempengaruhi perilaku untuk meniru dan menggunakan produk atau <i>fashion</i> tersebut. Jadi menurut saya lebih condong ke aliran filsafat etika hedonis ya”
20	Siti Azurah	“saya langsung ke inti saja ya, soalnya saya biasa menggunkann produk yang murah jadi menurut saya itu hedonisme, <i>kan</i> uangnya bisa digunakan untuk hal lain yang lebih bermanfaat”
21	Siti Sarah	“menurut saya konten <i>beauty vlogger</i> seperti contoh misalnya Tasya Farasya itu <i>kan</i> memberikan manfaat juga bagi yang ingin mencoba produk atau <i>fashion</i> tersebut. Artinya video itu bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi yang menontonnya, jadi menurut saya masuk ke kategori Utilitarisme”
22	Sonia	“menurut saya konten-konten <i>beauty vloger</i> itu sifatnya <i>kan</i> mengedukasi. Terlepas dari biaya produk dan <i>fashion</i> yang di- <i>review</i> yang jelas itu bermanfaat. Karena selain menambah wawasan juga dapat menambah

		pengetahuan tentang produk yang asli atau tidak. Jadi menurut saya Utilitarisme”
23	Sri Putri Rezeki	“kalau kita pertimbangkan dengan teori filsafat etika theologi kayaknya <i>gak</i> mungkin ya, soalnya rata-rata <i>beauty vlogger</i> itu membahas tentang produk-produk kosmetik dan <i>fashion</i> modern dan <i>gak</i> mungkin sesuai dengan agama, sama kayak Tasya Farasya. Jadi menurut saya masuk ke kategori filsafat etika utilitarisme karena sesuai dengan manfaatnya di zaman sekarang”
24	Syaf Rachmadani Reiza	“menggunakan <i>make up MUA</i> seperti di kontennya Tasya sepertinya berlebihan. Soalnya biayanya sampai puluhan juta. Jadi bisa dibilang Hedonisme ya kalau di tinjau dari filsafat etika”
25	Tiurma Sormin Indah	“menurut saya konten <i>beauty vlogger</i> itu kan beda-beda, tapi kalau <i>beauty vlogger</i> seperti Tasya Farasya itu kayaknya masuk ke kategori aliran etika hedonisme. Soalnya produk-produk kosmetik yang di- <i>review</i> seperti yang di videonya itu sampai jutaan”
26	Tuti Apriyani	“menurut saya kalau di lihat dari konten-konten yang di sajikan lebih ke kategori aliran etika utilitarisme karena bermanfaat untuk pertimbangan penggunaan produk, sama kita juga jadi tau kualitasnya”
27	Widya Khairunnisa	“kalau bagi saya menggunakan peroduk kosmetik atau <i>fashion</i> yang mahal itu wajar-wajar aja selama ekonomi mendukung, artinya kalau <i>beauty vlogger</i> seperti Tasya Farasya itu <i>kan</i> pada dasarnya dia mau memberikan edukasi tentang produk kosmetik dan <i>fashion</i> . Jadi menurut saya masuk ke kategori utilitarisme <i>ya</i> .”
28	Yulia Fathanah	“konten <i>beauty vlogger</i> seperti Tasya Farasya kalau <i>dibilang</i> idealisme atau theologi sepertinya <i>gak</i> mungkin <i>ya</i> . Menurut saya

		termasuk kedalam kategori hedonisme, soalnya menurutnya produk kosmetik dan <i>fashion</i> yang mahal itu lebih memberikan kepuasan”
--	--	--

Pengaruh Konten *Beauty Vlogger* menurut Mahasiswi Prodi Aqidah Dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara Dalam Sudut Pandang Berhias Dalam Islam.

Berbicara mengenai pengaruh konten *beauty vlogger*, tentu saja ada. Hal ini dikarenakan bahwa perilaku seseorang dapat terbentuk melalui apa yang dia saksikan dalam kesehariannya. Menurut Atika Aulida, salah satu mahasiswi AFI UIN-SU, bahwa berhias dalam islam sebagaimana yang di ketahui secara umum terdapat batasan-batasan didalamnya. Hal ini juga juga oleh peneliti sudah menjelaskan dalam bab sebelumnya.

“sepertinya semua orang islam tahu, kalau dalam berhias itu ada batasan, islam mengatur hal itu supaya tidak menjadikan sesuatu yang berlebihan misalnya”

Sesuatu yang berlebihan dalam agama islam dianggap sebagai perlakuan yang mubazir dan hal itu tidak diperbolehkan. “berhias dalam islam kan tidak ada masalah selama tahu batasannya”

Batasan berhias sebagai mana yang dimaksud juga sudah peneliti cantumkan dalam bab sebelumnya. Akan tetapi menurut Cut Puja Kasma salah satu mahasiswi AFI UIN-SU bahwa batasan dalam berhias dalam islam adalah batas dimana dalam berhias itu tidak ada unsur merubah ciptaan Allah swt.

“islam membolehkan berhias, akan tetapi ketika berhiasnya sampai dengan *kadar* merubah ciptaan Allah, itu tidak diperbolehkan”

Lalu bagaimana yang dimaksud dengan berhias sampai merubah ciptaan Allah, .menurut Fithri Juhana Syah juga salah satu mahasiswi AFI UIN-SU bahwa merubah ciptaan Allah itu misalnya seperti menyambung rambut.

Untuk mendapatkan pemahaman berikut ini adalah hasil wawancara dengan beberapa mahasswi AFI UIN-SU terkait dengan Pengaruh Konten *Beauty Vlogger* menurut Mahasiswi Prodi Aqidah Dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara Dalam Sudut Pandang Berhias Dalam Islam.

Tabel 2.

Hasil Wawancara Mahasiswa AFI UIN-SU

No	Nama	Persepsi
1	Aisyiyah Zega	“islam tidak melarang seseorang untuk berhias, tapi sekarang kita melihat banyak dari kalangan wanita

		yang berhias dengan mengikuti <i>trend</i> . Hal tersebut merupakan salah satu pengaruh yang nyata dari konten-konten <i>beauty vlogger</i> ."
2	Alini Salsada Siregar	"menurut saya pengaruh konten <i>beauty vlogger</i> itu nyata, soalnya saya sendiri sering menggunakan produk-produk kosmetik yang di tampilkan di konten <i>youtube</i> . Menurut saya islam tidak melarang konten-konten tersebut selama dalam batas kewajaran"
3	Atika Aulianda	"setahu saya yang tidak boleh dalam islam itu berhias atau mempercantik diri sampai merubah bentuk ciptaan Allah. Misalnya seperti operasi plastik"
4	Cindyani	"berhias dalam islam kan diperoleh, selama tidak melampaui batas dengan merubah bentuk ciptaan Allah swt."
5	Cut Puja Kasma	"islam membolehkan berhias, akan tetapi ketika berhiasnya sampai dengan <i>kadar</i> merubah ciptaan Allah, itu tidak diperbolehkan"
6	Ester Evalinda Sinaga	"menurut saya konten-konten <i>beauty vlogger</i> seharusnya memberikan edukasi tentang cara berhias secara islami, soalnya kan area yang di jangkau untuk kontennya itu wilayah indonesia yang mayoritas umat islam"
7	Fauziah Mahnizar Nasution	"menurut saya kalau ada <i>beauty vlogger</i> yang membuat konten sesuai islam, kan bisa masuk ke katogeri aliran theologi dalam filsafat etika"
8	Fithri Juhana Syah	"untuk konten <i>beauty vlogger</i> zaman sekarang sepertinya susah <i>nyari</i> yang sesuai dengan sudut pandang berhias

		dalam islam. Rata-rata konten yang ditampilkan”
9	Iis Afrida Nasution	“islam itu <i>kan</i> agama yang sempurna, jadi islam tidak melarang untuk berhias selama tidak merugikan diri sendiri. Fenomena <i>beauty vlogger</i> yang membuat tutorial supaya tetap tampil percaya diri dan terlihat indah ya tidak apa-apa, setahu saya juga <i>kan</i> ada hadits yang mengatakan bahwa ; Allah itu maha indah, dan suka dengan keindahan. Jadi menurut saya selama <i>beauty vlogger</i> tidak memberikan edukasi <i>make up</i> atau <i>fashion</i> yang bertentangan dengan islam menurut saya tidak apa-apa”
10	Juniawati Sihombing	“menurut saya untuk konten <i>beauty vlogger</i> seperti tasya itu belum bisa dikatakan sesuai dengan ketentuan berhias secara islami utnuk keseluruhan. Mungkin untuk beberapa video <i>nya</i> bisa dikatakan sesuai tapi tidak secara keseluruhan”

Berdasarkan beberapa keterangan dari narasumber diatas penulis memahami bahwa dari 10 (sepuluh) mahasiswi AFI UIN-SU yang menjadi narasumber diatas hanya ada satu orang yang memberikan jawaban diiringi dengan sebuah hadits yakni tentang keindahan Allah dan kecintaan Allah terhadap keindahan.

Selanjutnya, beberapa narasumber memberikan keterangan bahwa ketidak sesuaian syariat islam yang berlaku pada batasan berhias yang di contohkan oleh *beauty vlogger* menjadikannya bertentangan dengan ajaran filsafat etika theologi, yang menganggap bahwa segala baik dan buruk suatu perbuatan hars berdasarkan konteks agama.

Adapun batasan berhias dalam islam menurut narasumber, menjadi tidak digunakan disebabkan pengaruh konten-konten *beauty vlogger* yang ada. Sehingga beberapa orang memberikan saran jika seharusnya konten-konten tersebut dapat sesuai dengan batasan berhias dalam islam, karena konten-konten tersebut meberikan peengaruh bagi para wanita dalam berhias diri.

PEMBAHASAN

Persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam tinjauan etika, dapat di analisis melalui 3 tahapan yaitu Sensasi, Atensi, dan Interpretasi. Adapun persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam tinjauan etika, ada yang menyebutkannya sebagai aliran filsafat etika hedonisme (kelezatan/kenikmatan), utilitarisme (manfaat) dan naturalisme(fitrah/ alami). Namun secara garis besar lebih memberikan klaim sebagai aliran filsafat etika hedonisme(kelezatan/kenikmatan).

Pengaruh mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam tinjauan etika, bahwa persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam pengaruhnya sangat mempengaruhi tata cara berhias seseorang. Namun untuk konten *beauty vlogger* yang menjadi sample, menurut mereka belum dapat dikatakan sesuai dengan syariat islam karena melampaui batasan-batasan berhias dalam Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengumpulan data terkait dengan persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam tinjauan etika, maka kesimpulan dari skripsi ini adalah:

1. Persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam tinjauan etika, dapat di analisis melalui 3 tahapan yaitu Sensasi, Atensi, dan Interpretasi. Adapun persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam tinjauan etika, ada yang menyebutkannya sebagai aliran filsafat etika hedonisme (kelezatan/kenikmatan), utilitarisme (manfaat) dan naturalisme(fitrah/ alami). Namun secara garis besar lebih memberikan klaim sebagai aliran filsafat etika hedonisme(kelezatan/kenikmatan).
2. Pengaruh mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam tinjauan etika, bahwa persepsi mahasiswi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sumatera Utara terkait *beauty vlogger* dalam pengaruhnya sangat mempengaruhi tata cara berhias seseorang. Namun untuk konten *beauty vlogger* yang menjadi sample, menurut mereka belum dapat dikatakan sesuai dengan syariat islam karena melampaui batasan-batasan berhias dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Amin, *Antara Al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam* (Bandung : Mizan, 2002)
- Alfan, Muhammad, *Filsafat Etika Islam*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2011)
- Asy'arie, Musa, *Filsafat Islam Sunah Nabi dalam Berpikir* (Yogyakarta: LESFI, 2001)
- Poerwantana, *Seluk-beluk Filsafat Islam* (Bandung: Rosda Karya, 1994)
- Azwar, Sarifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka pelajar, 1998)
- Bahaf, Zaenal Muti'in, *Filsafat Umum* (Serang; Keiysa Press, 2009)
- Bertens, K., *Etika ; Edisi Revisi* (Yogyakarta:PT. KANISISUS, 2022)
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *KBBI*, Edisi Ketga, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990)
- Hakim, Abdul, "*Filsafat Etika Ibn Miskawaih*". (Jurnal Ilmu Ushuluddin), Vol. 13 No. 2 Juli 2014.
- Hasanah, Hasyim, *Teknik-Teknik Informasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*, (Jurnal At-Taqaddum, 2016), Vol.8 No.1.
- Ilmiyah, Nur Hidayatul, "*hasrat Muslimah Millenial terhadap beauty Vlogger Perspektif jacques Lacan*", (Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).
- Leaman, Oliver, *Pengantar Filsafat Islam: Sebuah Pendekatan Tematis*, Cet. II (Bandung: Mizan,2002)
- M. Moeliono, Anton, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989)
- Mariezka, Filza Intan, "*Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger Melalui Pengalaman Komunikasi*", *Journal of Communication*, Vol. 2, No. 2 (September 2018)
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015)
- Nata, Abuddin, *Akhlak Tasawuf* (Jakarta; Rajawali Pers, 2010)
- Rahmat, Jalaluddin, *Psikolgi Komunikasi*,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011)
- Rosyidi, Anang Ahyar, *Etika Sosial dalam Perspektif Muhammad Iqbal*, (Skripsi, Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, 2009)
- Saleh, Abdul Rahman, *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004)
- Sarwono, Sarlito W., *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2010)
- Sopa, *Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia Studi atas Fatwa Halal MUI terhadap Makanan, Obat-obatan dan Kosmetika*. (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2013)
- Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS, 2014)
- Suseno, Franz Magnis, *13 Tokoh Etika: Sejak Zaman Yunani sampai Abad ke-19* (Yogyakarta: Kanisius, 1997)

T. Yanggo, Huzaemah, *Fiqih Perempuan Kontemporer* (Jakarta : alMawardi Prima, 2001)

Umary, Barmawi, *Materi Akhlak* (Jakarta: Ramadhani, 1988)

Utami, Dewi, *Utilitarisme dalam Konsepsi Etika*, (Skripsi, Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 1997)

Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004)

Wiasti, *Redefinisi Kecantikan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Perempuan Bali, Di Kota Denpasar*. (Skripsi: Fakultas Sastra Universitas Undayana Denpasar, 2010).

Zubair, Achmad Charris, *Kuliah Etika*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1990)