



ABSTRACT

The emergence of beauty reviewers at first glance may only seem like people who like to document themselves using makeup on social media. This is because they do look like ordinary people, because their appearance is not too prominent and tends to be ordinary. These beauty reviewers are ordinary people who share their experiences using beauty products. They continue to do this even though they don't have much of an audience. While on social media, many beauty accounts are more famous and have a large audience. Therefore, this research wants to understand how they survive and continue to create content even though they realize that the audience is small. This research uses Crystal Abidin's Internet Celebrity theory and Graeme Turner's Demotic Turn theory. This research was conducted using qualitative research methods and data collection was carried out through observation, interviews and literature studies. This research has been conducted from October 2023 to January 2024. The emergence of beauty reviewers can be seen as a sign of the freedom of ordinary people to appear and be recognized through social media. This also leads to a shift in the meaning of celebrity and fame in the digital era.

Keywords : *beauty reviewer, review, ordinary people, internet celebrity, fame, beauty*



INTISARI

Kemunculan *beauty reviewer* jika dilihat sekilas mungkin hanya tampak seperti orang-orang yang suka mendokumentasikan dirinya menggunakan riasan di sosial media. Hal ini karena mereka memang terlihat seperti orang biasa, sebab penampilan mereka tidak terlalu menonjol dan cenderung biasa saja. *Beauty reviewer* ini mengunggah rutinitas kecantikannya, tetapi disertai dengan ulasan terhadap produk yang mereka gunakan. Mereka terkadang juga hanya mengunggah konten yang berisi produk-produknya saja. *Beauty reviewer* ini adalah orang biasa yang membagikan pengalamannya menggunakan produk kecantikan. Mereka terus menerus melakukan hal tersebut meskipun jika diperhatikan jumlah audiens yang mereka peroleh tidak banyak. Sementara di sosial media, banyak akun kecantikan yang lebih terkenal dan memiliki banyak audiens. Oleh karena itu, penelitian ini ingin memahami bagaimana mereka bertahan dan terus menerus membuat konten walaupun mereka menyadari bahwa audiensnya sedikit. Penelitian ini menggunakan teori Selebriti Internet oleh Crystal Abidin dan teori *Demotic Turn* oleh Graeme Turner. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dan cara pengambilan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi pustaka. Penelitian ini dilakukan pada Oktober 2023 hingga Januari 2024. Kemunculan *beauty reviewer* dapat dilihat sebagai penanda kebebasan orang biasa untuk tampil dan dikenal lewat sosial media. Hal ini juga mengarah pada pergeseran makna selebritas dan ketenaran di era *digital*.

Kata kunci : *beauty reviewer*, ulasan, orang biasa, selebriti internet, ketenaran, kecantikan