



ANALISIS STRUKTUR TEKS ULASAN DALAM VIDEO REVIEW PRODUK KOSMETIK

ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF REVIEW TEXTS IN VIDEO REVIEWS OF COSMETIC PRODUCTS

Nadya Irawani Simanjuntak¹, Lidwina Eikel Ninta², Nahya Al-Khoiri Mawaddah³, Hanna Devana Simangunsong⁴, Elly Prihasty Wariyani⁵, Sri Ulina Br. Sembiring⁶

Program Studi Gizi, Universitas Negeri Medan

Email: nahyalkhoiri@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 28-09-2025

Revised : 29-09-2025

Accepted : 01-10-2025

Published : 03-10-2025

Abstract

This study analyzes two different methods used by two YouTube content creators, Tasya Farasya and Alifah Ratu Saelynda, in reviewing cosmetic products. The methodological approach employed was descriptive qualitative, using purposive sampling techniques, and content analysis of makeup product review videos. This study aimed to understand how the two vloggers use review texts in digital media to provide objective assessments and assist consumers in making appropriate cosmetic product choices. The study's findings indicate variations in the way the two creators deliver their reviews. Tasya Farasya integrates product usage demonstrations with comprehensive reviews within a single video. In contrast, Alifah Ratu focuses on a separate product review, providing detailed information on consistency, color nuances, cost, and usage impressions. Both review text structures utilized include a product description, introduction, content analysis, rating, and summary. This provides an unbiased perspective and facilitates consumer purchasing decisions. This research underscores the importance of review text structure and clear information presentation to support quality communication in the digital space, particularly in the cosmetics sector.

Keywords: *Reviewer Comparison, Understanding Review Text Structure, Product Review Vlog Review*

Abstrak

Studi ini menganalisis dua metode berbeda yang digunakan oleh dua pembuat konten YouTube, Tasya Farasya dan Alifah Ratu Saelynda, dalam mengulas produk kosmetik. Pendekatan metodologis yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif, menggunakan teknik purposive sampling, dan analisis konten terhadap video ulasan produk riasan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kedua vlogger tersebut menggunakan teks ulasan dalam media digital untuk memberikan penilaian yang objektif dan membantu konsumen dalam menentukan pilihan produk kosmetik yang sesuai. Temuan studi mengindikasikan adanya variasi dalam cara kedua kreator menyampaikan ulasan mereka. Tasya Farasya mengintegrasikan demonstrasi pemakaian produk dengan tinjauan menyeluruh dalam satu durasi video. Sebaliknya, Alifah Ratu fokus pada peninjauan produk secara terpisah, menyajikan keterangan mendetail mengenai konsistensi, nuansa warna, biaya, dan impresi penggunaan. Kedua struktur teks ulasan yang dimanfaatkan mencakup deskripsi produk, pengenalan, analisis konten, penilaian, serta ringkasan. Hal ini memberikan perspektif yang tidak memihak dan memfasilitasi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Riset ini menggarisbawahi signifikansi struktur teks ulasan serta pemaparan informasi yang lugas demi menunjang mutu komunikasi dalam ruang digital, terutama pada sektor kosmetik.

Kata kunci: Perbandingan Reviewer, Pemahaman Struktur Teks Ulasan, Review Vlog Ulasan Produk.



PENDAHULUAN

Dalam era komunikasi yang semakin kompleks, pemahaman tentang teks dan wacana menjadi sangat krusial. Teks, yang sering dianggap sebagai bentuk komunikasi yang statis, berfungsi sebagai medium penyampaian pesan yang terstruktur. Di sisi lain, wacana meliputi interaksi yang lebih dinamis dan dapat mencakup berbagai bentuk, baik lisan maupun tulisan. Menurut Alex Sobur (2004), teks dapat didefinisikan sebagai serangkaian karakter atau simbol yang berfungsi sebagai pesan. Pesan ini ditransfer dari seorang pengirim kepada penerima melalui perantara seperti media atau kode tertentu. Dengan kata lain, teks adalah sebuah bentuk komunikasi yang menggunakan tanda-tanda tertulis untuk menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak lain, bergantung pada medium dan sistem kode yang digunakan. Menurut Eriyanto (2001), teks dan wacana memiliki hubungan yang erat, namun keduanya berbeda dalam hal media penyampaian. Teks secara eksklusif hanya bisa disampaikan dalam format tertulis, seperti buku, surat, atau artikel. Sementara itu, wacana memiliki cakupan yang lebih luas karena bisa berupa tulisan (seperti teks) atau lisan, seperti percakapan, pidato, atau siaran radio. Dengan kata lain, teks adalah bagian dari wacana, tetapi wacana tidak terbatas pada bentuk tulisan saja.

Teks ulasan adalah teks yang berisi tentang review atau penilaian terhadap suatu karya orang lain, biasanya berupa teks, lagu, film, atau pertunjukan. Sebuah teks ulasan terdiri dari beberapa komponen yang menjadikan teks itu utuh. Komponen-komponen tersebut meliputi struktur teks ulasan dan ciri kebahasaan teks ulasan. Dalam *Writing a Critical Review*, Mort (2005, 1) menyatakan bahwa teks ulasan adalah suatu tulisan yang berisi rangkuman dan penilaian sebuah tulisan. Jenis tulisan yang diulas bermacam-macam, bisa berupa buku, bab, atau artikel jurnal. Untuk bisa membuat penilaian yang adil dan rasional, sebelum menulis teks ulasan kita harus mengamati hasil karya tersebut secara detail dan mencari tau hasil karya yang serupa. Teks ulasan menurut Kosasih (2014, 204) merupakan hasil interpretasi terhadap suatu karya tertentu. Teks ulasan termasuk ke dalam jenis teks argumentatif karena berisi banyak pendapat berdasarkan interpretasi dari perspektif penulisnya yang didukung oleh fakta-fakta yang ada. Dengan ulasan tersebut, pembaca menjadi terbantu dalam memahami suatu karya. Dalam teks ulasan juga disajikan sinopsis dan analisisnya sehingga pembaca menjadi tahu gambaran umum cerita serta kelebihan dan kekurangannya. Untuk menyusun sebuah argumen yang kuat, penting untuk memahami ciri-ciri kebahasaannya. Menurut Kosasih (2003, 32) argumentasi tidak hanya sebatas menyampaikan opini pribadi, melainkan sebuah proses terstruktur yang melibatkan gagasan dan keyakinan. Agar gagasan tersebut memiliki bobot, diperlukan fakta-fakta pendukung yang diperoleh dari analisis mendalam terhadap karya yang diulas. Oleh karena itu, sebelum membangun argumen, penulis perlu melakukan pengamatan, penelitian, dan analisis yang mendalam. Dengan memahami hal ini, kita dapat melihat bahwa ulasan yang baik bukan sekadar pendapat, melainkan sebuah analisis mendalam yang didukung oleh bukti dan penalaran yang kuat. Ciri kebahasaan argumentasi menurut Kosasih (2003, 32) adalah argumentasi menjelaskan opini, gagasan, dan keyakinan, untuk menguatkan argumentasi diperlukan suatu fakta berdasarkan karya yang diulas, membutuhkan analisis, sintesis yang terdapat di dalamnya, dan sebelum berargumentasi kita perlu menggali ide dari pengalaman, pengamatan, penelitian, dan keyakinan. Menurut Kosasih (2017:166) bahwa struktur teks ulasan drama dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, identitas karya yang mencakup judul, pengarang, dan penerbit, tahun terbit, tebal halaman, dan ukuran buku, orientasi dalam paragraf pertama menjelaskan keberadaan karya yang mendapat penghargaan sekaligus mendapat



perhatian dari berbagai kalangan, sinopsis berupa ringkasan yang menggambarkan pemahaman penulis terhadap suatu karya, analisis berupa paparan tentang keberadaan unsur-unsur cerita/drama seperti tema, penokohan, dan alur, dan evaluasi berupa paparan tentang kelebihan dan kekurangan suatu karya

Media adalah suatu ekstensi manusia yang memungkinkannya mempengaruhi orang lain, yang tidak mengadakan kontak langsung dengan media. Media Audio Visual berasal dari kata media yang berarti bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, pendapat atau gagasan yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju (Harjanto, 2005:246). Menurut Sulistyo-Basuki (2004: 393) “Kebutuhan informasi adalah informasi yang diinginkan seseorang untuk pekerjaan, penelitian, kepuasan rohaniyah, pendidikan dan lain-lain”. Youtube merupakan sebuah media video streaming berbagi video yang dibuat pada 14 Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal bernama Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim sebelum akhirnya pada akhir 2006 situs ini dibeli oleh Google. Situs ini menyediakan sarana tempat pengunggahan video streaming yang secara terus menerus dapat dilihat oleh seluruh pengguna internet di dunia (Sejarah Berdirinya Youtube, 2014, Desember 2). Para pengguna Youtube dapat mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis dengan hanya memiliki akun Gmail untuk registrasi. Youtube punya lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet, dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di Youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan (Statistik Youtube, n.d.).

Pada studi ini, tim peneliti mengidentifikasi dua kreator konten video di platform YouTube, yaitu Tasya Farasya dan Alifah Ratu. Menurut artikel Hipwee.com, Tasya Farasya termasuk dalam daftar sembilan beauty vlogger lokal yang direkomendasikan untuk diikuti. Hal ini dikarenakan Tasya Farasya dinilai piawai dalam menyampaikan narasi pada konten videonya. Selain itu, dalam meninjau produk kecantikan, Tasya Farasya senantiasa dianggap memberikan ulasan yang objektif untuk setiap produk.

Sementara itu, berdasarkan informasi dari kuyou.id, Alifah Ratu Saelynda adalah seorang wanita yang lahir di Bandung pada tanggal 23 Desember 1994. Alifah Ratu Saelynda memulai kiprahnya di ranah media sosial sebagai seorang YouTuber atau beauty vlogger. Ia memulai kariernya ini pada tahun 2012 sebagai respons terhadap keresahannya sebagai penderita jerawat. Ia kerap melakukan ulasan terhadap produk tata rias dan perawatan kulit, mulai dari yang terjangkau hingga yang premium, yang ditujukan bagi para penderita jerawat.

Ulasan mengenai produk kosmetik ini sangat dinantikan oleh banyak wanita yang berminat untuk melakukan pembelian produk kosmetik, namun belum sepenuhnya yakin terhadap kualitasnya (Raafi, Peluang Bisnis Baru Yang Lagi penelitian oleh Gretzel & Yoo yang dikutip dalam (Putra & Riorini, 2016), ditemukan bahwa ulasan daring merupakan sumber informasi utama bagi konsumen dalam membentuk keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dan purposive sampling. Kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci. Dalam penelitian kualitatif, ‘proses’ penelitian merupakan sesuatu yang lebih penting dibanding dengan ‘hasil’ yang diperoleh. Sedangkan Teknik purposive, yaitu teknik



sampel bertujuan. Alasan pemilihan menggunakan teknik sampling ini adalah peneliti memiliki pertimbangan serta tujuan tertentu sehingga diperoleh data dan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengkaji video youtube berupa review produk makeup. teknik analisis isi atau content analysis dengan metode simak dan catat seperti yang lazim dilakukan dalam penelitian linguistik. Penyimakan dilakukan dengan mencermati bahasa-bahasa yang digunakan ketika menuliskan status atau ide dan gagasannya di dalam facebook, twitter, youtube, blog, dan lain sebagainya. Teknik analisis data menurut (Sugiyono, 2014:247) dapat dilakukan melalui reduksi data (data reduction) dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya.

Subjek pada penelitian ini Adalah video tutorial dan review produk kosmetik yang semakin berkembang pesat di era zaman sekarang, dan beberapa pihak telah menjadikan hal tersebut menjadi sumber mata uang, dan objek yang digunakan pada penelitian ini Adalah video vlog dari Tasya Farasya yang berisikan tentang review produk make over dan alifah ratu saelynda yang berisikan tentang review produk pixy.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Fadly (2021: 56) teks ulasan memiliki struktur yang meliputi identitas, orientasi, tafsiran isi, evaluasi dan rangkuman. Hasil penelitian ini didasarkan pada analisis dari video review produk makeup yang ditonton di YouTube. Video tersebut diulas dengan fokus pada penilaian kualitas produk, cara penggunaan, serta kesan pemakai terhadap hasil makeup yang ditampilkan. Review dilakukan secara mendetail mulai dari tampilan kemasan, tekstur, aplikator, hingga hasil akhir saat diaplikasikan. Ulasan ini bertujuan memberikan gambaran yang jujur dan objektif kepada calon pengguna produk makeup berdasarkan pengalaman yang disajikan dalam video tersebut.

Gambar 1 Vlog Tasya Farasya



Gambar 2 Vlog Alifah Ratu Saelynda



Table 1. Hasil analisis struktur



Struktur Teks Ulasan	Vlogger 1 Tasya Farasya	Vlogger 2 Alifah Ratu Saelynda
Identitas	Pengenalan tutorial yaitu membuat tampilan makeup lengkap hanya dengan produk satu brand yaitu makeover.	Dalam video review, Alifah Ratu memberikan penjelasan singkat tentang produk PIXY Make It Glow.
Orientasi	Struktur orientasi Reviewer menjelaskan gambaran produk dan kesan awal yang akan dipakai mulai dari primer, foundation, concealer, loose powder, two way cake, contour, blush on, powder eye shadow, color pencil, eye liner, mascara, sparkling powder, lipstick.	Video review tersebut memberikan penjelasan tentang produk-produk terbaru dari PIXY Make It Glow, mencakup berbagai varian seperti Cushion, Lipcrayon, Mascara, Pensil alis, Eyeliner. Serta menyebutkan shade atau warna yang diulas, keunggulan produk, dan juga harga dari produk tersebut.
Tafsiran isi	Cara penggunaan tiap produk secara step by step, manfaat produk, bentuk kemasan, klaim produsen, penjelasan berbagai shade, dan ketahanan produk.	Alifah Ratu memperkenalkan dan mengulas produk dari PIXY Make It Glow. Dengan memperlihatkan shade/warna yang ia pakai dan disukai. Alifah juga menyebutkan tekstur, cara pemakaian setiap produknya, dan juga bagaimana produk tersebut bekerja di kulitnya yang cenderung berminyak. Ia juga menguji ketahanan produk apakah produk mudah luntur atau menjadi terlalu berminyak ketika dipakai seharian. Untuk harga juga disebutkan di setiap produk yang ia review mulai dari harga Rp.70.000 – Rp.120.000
Evaluasi	Reviewer menilai dari tingkat kesukaannya yaitu powder eyeshadow dikarenakan multifungsi, eyeliner pencil yang Reviewer menilai dari tingkat kesukaannya yaitu powder eyeshadow dikarenakan multifungsi, eyeliner pencil yang waterproof dan sesuai dengan warna kulit, contour hasil pigmentasi yang bagus. Sedangkan ketidaksukaan reviewer terhadap makeup yang direview adalah eyeshadow pallet yang susah untuk di build up. Namun, terdapat bagian yang tidak spesifik dijelaskan reviewer, terkait review lipstick karena produk tersebut baru ia pakai. “cuman aku baru pertama kali pakai jadi aku belum bisa kasih komentar banyak tentang liquid lipstick ini”.	Reviewer menunjukkan bahwa ia memberikan ulasan yang cukup menyeluruh mengenai tekstur, coverage, hasil akhir, dan ketahanan produk dengan penggunaan shade. Tetapi video tersebut masih memiliki kekurangan karena tidak menguji daya tahan dalam jangka waktu Panjang, dan belum membandingkannya dengan produk kompetitor.



Rangkuman	Reviewer menyampaikan Kesimpulan singkat dari awal pemakaian produk hingga finishing bahwa tidak semua produk makeup tersebut cocok dipakai untuk semua orang, tergantung pada kondisi kulit pribadi.	Ratu Alifah menyebut bahwa produk yang ia pakai memiliki tekstur yang ringan, daya tutup/coverage yang cukup baik untuk menutupi jerawat, dan memberikan hasil glowing yang natural, serta masih nyaman digunakan pada kulit berminyak. Sehingga secara keseluruhan produk ini dinilai layak dicoba terutama bagi yang menyukai tampilan dewy.
------------------	---	--

Kedua vlog tersebut sama-sama menyampaikan materi ulasan mengenai dua produk merek kosmetik yang berbeda yaitu Make Over dan Pixy Make It Glow melalui pendekatan informatif. Namun, reviewer pertama mengintegrasikan tutorial dan tinjauan secara menyeluruh dalam format satu video. Ulasan ia juga kurang lengkap karena tidak adanya ulasan terhadap harga perproduk. Sebaliknya, Alifah Ratu memprioritaskan ulasan produk secara individual, merinci aspek tekstur, rona warna, serta pengalaman pemakaian. Dalam ulasan reviewer kedua ini juga mengulas secara lengkap beserta dengan harganya.

Perbandingan hasil ulasan kedua orang reviewer tersebut dapat disimpulkan bahwa cara penyampaian ulasan produk yang berbeda. reviewer kedua lebih menyajikan penilaian yang objektif, mencakup aspek positif dan negative, lugas, serta diakhiri dengan rangkuman yang memfasilitasi para pemirsa dalam menentukan pilihan produk kosmetik yang sesuai dengan preferensi masing-masing. Penelitian ini sejalan dengan temuan Arrmando & Johassan (2021) yang mengatakan bahwa isi pesan yang disampaikan dalam mengulas mobil Jepang tidaklah berbeda antara Fitra Eri dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, Luthfi Aziz. Tetapi jika dilihat dari nilai yang diberikan dari kedua coder memiliki penilaian yang berbeda. Pada kategori kelengkapan untuk Fitra Eri kedua coder memberikan nilai 1 yang dominan yang artinya pada video yang diulas memiliki kelengkapan 5W + 1H, sedangkan untuk Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz dominan diberikan nilai 2 yang mana masih kurang dalam kelengkapan penyampaiannya dan masih sering sekali untuk menyebut kata “eee” dalam mengulas.

KESIMPULAN

Ulasan produk kosmetik yang dibuat oleh Tasya Farasya dan Alifah Ratu menampilkan dua metodologi yang berbeda dalam hal dan dialog komunikasi di ranah digital. Reviewer pertama menggabungkan panduan penggunaan dan tinjauan secara komprehensif dalam satu materi video, berpusat pada aplikasi langsung produk dari satu merek untuk menciptakan tampilan yang utuh sekaligus mengevaluasi kualitas produk. Di sisi lain, reviewer kedua terkonsentrasi pada peninjauan setiap produk secara terpisah dan terperinci sesuai dengan teks ulasan berdasarkan karakteristik tekstur, intensitas warna, harga serta impresi saat digunakan, sambil menyajikan informasi yang terorganisasi dan menyeluruh. Kedua individu tersebut memanfaatkan struktur teks ulasan yang mencakup identifikasi produk, pengenalan, penjelasan isi (ringkasan dan perincian pemakaian), penilaian (keunggulan dan keterbatasan), serta kesimpulan guna memfasilitasi konsumen dalam memilih produk kecantikan yang tepat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arista, L., & Lasmana, H. (2019). Pengaruh review oleh Sarah Ayu pada produk kecantikan di YouTube dan brand awareness terhadap keputusan menggunakan produk. *Scriptura*, 9(1), 26-34.
- Aesthetika, N. M., & Kusdiyanti, N. T. (2020). Persepsi Review Produk Make Up Melalui Beauty di Vlogger Youtube. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 83-87.
- Armando, R. (2021). Analisis Isi Perbandingan Pesan Pada Video Review Konten Otomotif Di Kanal Youtube Otodriver/Raihan Armando/66160341/Pembimbing: Deavvy MRY Johassan.
- Cornelia, F., Salem, L., & Sukanto, S. (2019). Peningkatan Keterampilan Menulis Teks Ulasan Menggunakan Media Audiovisual Pada Siswa Kelas VIII SMP. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 8(11).
- Fadly, A. (2021). *Bahasa Indonesia Akademis (Buku Ajar Mata Kuliah Bahasa Indonesia)*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Harjanto. (2005). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Isnatun dan Farida. (2013). *Mengenal Lebih Dekat Teks Ulasan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kosasih, E. (2017). *Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kosasih, E. (2014). *Keterampilan Dasar Menulis*. Bandung: Yrama Widya.
- Nisa, L. R., Astuti, S. P., & Tiani, R. (2023). Tindak Tutur Ilokusi pada Video Review Produk Kosmetik di Akun Youtube Female Daily Network (Kajian Pragmatik). *Wicara: Jurnal Sastra, Bahasa, dan Budaya*, 2(2), 167-174.
- Pradono, J. (2018). *Panduan Penelitian dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Rahmawati, H. N., Setiawan, B., & Suryanto, E. (2020). Analisis struktur wacana dan kesalahan berbahasa teks ulasan buku fiksi siswa sekolah menengah atas. *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 8(1), 143-152.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. (2004). *Metode Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yustina. (2017). *Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Yustiyawati, Y., Hasanudin, C. H., & Amin, A. K. A. (2021). Analisis keterampilan menulis teks ulasan dengan metode quantum learning berbantuan google classroom. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 3(01), 1-9.