



**Representasi Kecantikan
(Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Akun Youtube
Rachel Goddard)**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

**Nama : Afrilia Wening Anindya
NIM : 14030111110095**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

ABSTRAKSI

**Judul Skripsi : Representasi Kecantikan
(Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Akun Youtube
Rachel Goddard)**
Nama : Afrilia Wening Anindya
NIM : 14030111110095
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Penelitian ini berangkat dari makna cantik yang masih menjadi persoalan perempuan dan terus diperdebatkan hingga saat ini. Perkembangan teknologi yang begitu pesat, hingga munculnya vlog ternyata menyebabkan “cantik” mengalami perubahan. Salah satu vlogger yang membahas kecantikan pada akun youtubeny adalah Rachel Goddard. Ia menyajikan vlog tentang tutorial make up, tips merawat tubuh dan wajah, serta review tentang produk-produk kecantikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi kecantikan melalui analisis Semiotika dan juga untuk membongkar mitos apa yang ingin dibangun oleh Rachel Goddard. Dalam menganalisis vlog tutorial kecantikan berjudul “Belajar Makeup Untuk Pemula” dalam akun Youtube Rachel Goddard, peneliti menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes.

Kesimpulan dari penelitian ini yang pertama adalah representasi cantik masih merujuk pada kriteria yang ada, namun dengan adanya perkembangan teknologi, kriteria cantik mengalami perluasan. Kriteria cantik yang telah mengalami perluasan adalah alis yang tebal dan rapi; kelopak mata yang terlihat besar dan berwarna; bulu mata yang lentik, tebal, dan panjang; mata yang terlihat besar; *under eye* atau bagian bawah mata yang cerah; wajah yang sempurna, mulus, dan tanpa cacat; pipi yang merah merona; dan bibir yang berwarna agar tidak terlihat pucat. Yang kedua adalah kriteria cantik masih berkiblat pada budaya barat. Hal tersebut dibuktikan dengan sosok Rachel Goddard yang menjadi model vlog serta banyaknya produk-produk makeup dan kosa kata bahasa asing yang ia gunakan.

Kata kunci: vlog; Rachel Goddard; representasi kecantikan; semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

Title : **Beauty Representation
(Semiotic Analysis of Roland Barthes in Rachel Goddard
Youtube Account)**
Name : **Afrilia Wening Anindya**
Student No. : **14030111110095**
Major : **Communication Science**

This research was started from beautiful meaning that remains a problem for women and still debated to this day. Rapid technological development, until the advent of vlog makes the concept of beauty changes. One of vlogger that discusses about beauty on her YouTube account is Rachel Goddard. She presents vlog about makeup tutorials, tips on caring for the body and face, also reviews on beauty products through her youtube account.

The aim of this research is to know the beauty representation based on Semiotic analysis and also to dismantle the myth of what was built by Rachel Goddard. In analyzing vlog about beauty tutorials titled "Learning Makeup For Beginners" in the Rachel Goddard YouTube account, the writer using semiotic researchers from Roland Barthes.

The first conclusion of this research is beauty representation still refer to the same criteria, but with the development of technology, beauty criteria has expanded. Beauty criteria that have expanded is thick and tidy eyebrows; big and colorful eyelids; curly, thick, and long eyelashes; eyes that look big; under eye that look bright; flawless, smooth, and perfect face; rosy cheeks; and colored lip in order not to look pale. The second conclusion of this research is beauty criteria still oriented to the western culture. This is evidenced by the figure of Rachel Goddard who became a model in the vlog also many makeup products and foreign language vocabulary that she used.

Keywords: vlog; Rachel Goddard; beauty representation; semiotics of Roland Barthes

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan komunikasi yang terjadi pada era globalisasi saat ini sudah semakin pesat. Hal ini dibuktikan dengan terus berkembangnya teknologi informasi yang ada di masyarakat. Berdasarkan hasil survey Kementerian Komunikasi dan Informatika, saat ini internet telah menjadi referensi utama untuk mengakses berita dan informasi. Media konvensional seperti koran, majalah, tabloid dan lainnya menjadi referensi paling akhir bagi para pencari informasi. Diketahui pula bahwa 9 dari 10 pengguna internet memilih mencari informasi melalui sosial media (www.kominfo.go.id).

Youtube saat ini menjadi salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat, khususnya kaum muda. Youtube merupakan situs web berbagi video yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Situs ini memungkinkan penggunaanya mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis (Haryanto, 2009: 118).

Mitos kecantikan selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman. Beberapa pihak mengatakan bahwa kecantikan itu relatif bagi setiap orang, tetapi nyatanya secara sadar atau tidak, ada banyak pihak yang mencoba menciptakan definisi cantik, seperti media massa, pemerintah, produsen alat-alat kecantikan, dan sebagainya. “Menjadi “perempuan” berarti menjadi cantik, dan sebaliknya tidak cantik sangatlah tidak perempuan dan cantik adalah kata yang sebagian besar mengacu pada sifat fisik, maka kecantikan hanyalah ornamen, bukan keanggunan yang sesungguhnya.” (Melliana, 2006: 11). Berdasarkan hal ini, seorang perempuan seolah-olah dituntut untuk memiliki fisik yang cantik. Kecantikan perempuan lebih dilihat melalui fisik dibanding dengan kecantikan dari dalam diri mereka, seperti kepribadian, cara berpikir, sikap, cara berbicara dan sebagainya. Padahal kecantikan perempuan yang sesungguhnya tidak hanya dinilai melalui fisik saja.

Citra-citra ideal yang terus-menerus dikonstruksi dan ditanamkan serta disosialisasikan lewat/oleh media ini perlahan tapi pasti telah berubah menjadi standar budaya mengenai kecantikan wanita yang mengendap dalam kesadaran kita. Standar inilah yang kemudian menggiring wanita ke perburuan kecantikan yang tanpa akhir dalam siklus pencarian kepuasan. Hal inilah yang pada gilirannya telah membawa kepada ketersiksaan batin wanita, terutama kalau mereka tidak berhasil memenuhi standar ukuran tubuh ideal, standar wajah ideal, standar kecantikan ideal, dan standar kepribadian ideal sebagaimana yang dikonstruksi dan diinjeksikan oleh dan lewat media ke dalam Rahim kesadaran wanita modern. Media mengkonstruksi kriteria-kriteria ideal mengenai tubuh, cantik, penampilan diri dan kepribadian yang berkiblat pada ideology pasar kapitalisme (Idi, 2004: 116-117).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah, bagaimana perempuan cantik ditampilkan pada akun youtube beauty vlogger Rachel Goddard?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi kecantikan perempuan yang ditampilkan pada akun youtube beauty vlogger Rachel Goddard.

BAB II

KECANTIKAN DALAM VLOG

Globalisasi dan teknologi telah membuat industri kecantikan lebih dinamis dan inovatif. Kemudahan yang diberikan internet dalam berkomunikasi dan berbagi informasi menyebabkan suatu trend di wilayah tertentu dengan cepat menyebar ke seluruh dunia. Salah satunya adalah trend tentang kecantikan. Definisi kecantikan sendiri berubah-ubah seiring dengan berkembangnya jaman. Berikut adalah simbol kecantikan dari masa ke masa:

- a. **Era 1800:** Dianggap ideal jika memiliki tubuh gemuk, berisi, atau montok.
- b. **1900:** Diawal 1900, kurus menjadi semakin fashionable. Wanita semakin tertarik berolahraga terutama atletik. Di masa ini, wanita ideal memiliki berat sekitar 63 kilogram dengan tinggi 160 cm.
- c. **1920:** Perempuan dengan bentuk tubuh seperti gitar digusur mereka yang memiliki dada rata. Para wanita mulai mengikat dada untuk mendapat tampilan tersebut. Setelah perang dunia I, energi dan vitalitas menjadi pusat perhatian, sehingga tubuh berlemak dianggap tidak efisien dan melambangkan kemalasan.
- d. **1940:** Tipe wajah Ingrid Bergman yang kemayu dan keibuan membuatnya tampil sebagai ikon saat itu. Selain itu, Lena Horne memberikan 'versi' kecantikan lain. Dia menjadi ikon berkulit hitam pertama yang bisa menembus Hollywood.
- e. **1950:** Rambut pirang dan payudara Marilyn Monroe menciptakan standar cantik perempuan pada masa itu bahkan hingga kini pun sering disebut sebagai perempuan cantik di dunia. Wanita kurus berdada besar dianggap paling menarik.
- f. **1960:** Tubuh kurus menjadi penting dan menarik. Era ini ditandai dengan munculnya Twiggy, model ternama yang hanya mempunyai berat badan 41kg. Pada masa ini semua serba tipis, sampai alis pemberian Yang Mahakuasa pun dibabat dan diganti dengan goresan pensil alis.
- g. **1970:** Pada tahun 1970, keinginan untuk memiliki tubuh kurus semakin tinggi karena pengaruh tampilan yang ada di berbagai majalah wanita. Para perempuan meniru gaya berpakaian Farah Fawcett yang seksi serta rambut ikalnya yang pirang. Pemeo *thin is beautiful* masih kuat mempengaruhi kalangan remaja.

- h. 1980:** Pada tahun 1980, kurus tetap ideal, namun mereka diharapkan tampil lebih sehat. Oleh karena itu, menjaga pola makan dianggap tidak mencukupi lagi. Para wanita mulai beraerobik untuk mendapatkan tubuh fit.
- i. Era 2000-an:** Kategori cantik pada era 2000-an bisa disebut mengacu pada pasangan Brad Pitt, Angelina Jolie. Berbibir rebal, alis tebal dengan mara bulat membuat Angelina Jolie tampak seksi. Sebagian orang mungkin terpukau pada Paris Hilton dengan gaya kemewahan, kebebasan, pinky dan girly.

BAB III

ANALISIS DENOTASI DAN KONOTASI DALAM AKUN YOUTUBE BEAUTY VLOGGER RACHEL GODDARD

3.1 Makna Denotasi dan Konotasi Bagian Mata

Pada bagian mata saja terdapat lima bagian yang perlu dirias agar terlihat cantik. Hal tersebut menunjukkan bahwa:

1. Mata merupakan salah satu bagian penting, karena mata memperlihatkan ekspresi seseorang, sehingga diperlukan riasan pada alis, kelopak mata, bulu mata, dan *under eye* atau bagian bawah mata untuk memancarkan kecantikan mata.
2. Untuk tampil cantik ideal itu rumit, karena untuk mempercantik mata saja terdapat beberapa bagian yang harus dirias, yakni alis, kelopak mata, bulu mata, dan *under eye* atau bagian bawah mata.
3. Untuk tampil cantik ideal itu perlu belajar. Hal tersebut karena dalam *bermake up* diperlukan banyak produk *dan* tahapan-tahapan yang dilakukan.

3.2 Makna Denotasi dan Konotasi Bagian Wajah

Pada bagian wajah saja diperlukan empat jenis produk *make up* agar terlihat cantik. Hal tersebut menunjukkan bahwa:

1. Wajah merupakan salah satu bagian penting, karena wajah merupakan bagian utama yang dijadikan penilaian akan cantik tidaknya seorang perempuan.
2. Untuk tampil cantik ideal itu rumit, karena untuk mempercantik wajah saja terdapat beberapa produk yang harus digunakan, yakni BB cream, bedak, *blush on*, dan *concealer*.
3. Untuk tampil cantik ideal itu perlu belajar. Hal tersebut karena dalam *bermake up* diperlukan banyak produk *dan* tahapan-tahapan yang dilakukan.

3.3 Makna Denotasi dan Konotasi Bagian Bibir

Untuk mempercantik bibir saja terdapat beraneka jenis dan ragam warna lipstick. Hal tersebut menunjukkan bahwa:

1. Bibir yang berwarna merupakan salah satu kriteria cantik yang ideal. Seolah-olah perempuan yang bibirnya pucat itu tidak memenuhi kriteria cantik yang ideal.

2. Untuk tampil cantik ideal itu rumit, karena untuk mempercantik bibir saja terdapat beberapa jenis produk yang bisa digunakan, yakni lip tint, lip cream, lipstick matte, lip balm, dan lip gloss

3.4 Makna Denotasi dan Konotasi Brush

Untuk mengaplikasikan produk-produk makeup saja membutuhkan brush. Hal tersebut menunjukkan bahwa:

1. Untuk tampil cantik ideal itu rumit, karena untuk mengaplikasikan produk-produk *make up* saja terdapat beberapa brush yang wajib dimiliki, yakni spatula atau brush untuk alis, foundation brush atau buffing brush, dan powder brush.
2. Untuk tampil cantik ideal itu perlu belajar. Hal tersebut karena dalam ber-*make up* diperlukan banyak produk *dan* tahapan-tahapan yang dilakukan.

BAB IV

MITOS KECANTIKAN DALAM AKUN YOUTUBE RACHEL GODDARD

Rachel Goddard merupakan seorang *beauty vlogger* asal Indonesia yang memiliki akun youtube yang di dalamnya terdapat konten tentang kecantikan. Konten-konten tentang kecantikan yang diunggah Rachel dalam akun youtubanya berupa tutorial *makeup*, tips kecantikan, dan *review* produk-produk kecantikan.

Menurut Melliana, menjadi “perempuan” berarti menjadi cantik, dan sebaliknya tidak cantik sangatlah tidak perempuan dan cantik adalah kata yang sebagian besar mengacu pada sifat fisik, maka kecantikan hanyalah ornamen, bukan keanggunan yang sesungguhnya (Melliana, 2006: 11). Berdasarkan hal ini, seorang perempuan seolah-olah dituntut untuk memiliki fisik yang cantik.

Rachel mengatakan bahwa cantik yang ideal adalah tampilan wajah yang *flawless*, yakni tampilan wajah yang sempurna, mulus dan tanpa cacat. Kriteria wajah yang sempurna, mulus dan tanpa cacat yang dimunculkan Rachel Goddard adalah alis yang tebal dan rapi; kelopak mata yang besar dan berwarna; bulu mata yang lentik, tebal, dan panjang; mata yang terlihat besar; *under eye* atau bagian bawah mata yang cerah; wajah yang sempurna, mulus, dan tanpa cacat; pipi yang merah merona; bibir yang berwarna agar tidak terlihat pucat.

Meski kecantikan telah mengalami perluasan, namun penilaian cantik masih dilihat melalui fisik perempuan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Melliana, bahwa menjadi “perempuan” berarti menjadi cantik, dan sebaliknya tidak cantik sangatlah tidak perempuan dan cantik adalah kata yang sebagian besar mengacu pada sifat fisik, maka kecantikan hanyalah ornamen, bukan keanggunan yang sesungguhnya (Melliana, 2006: 11).

berdasarkan video “Belajar Makeup untuk Pemula” yang dibuat oleh Rachel Goddard, diketahui bahwa cantik yang ideal itu cantik ala barat, yakni konsep cantik yang mengadopsi kriteria kecantikan dari barat. Buktinya adalah sosok Rachel Goddard yang menjadi model pada video “Belajar Makeup untuk Pemula”. Rachel yang memiliki kulit kecoklatan yang dirasa cukup baik untuk merepresentasikan cantik ala budaya barat. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Fitriyani yang mengatakan bahwa “kalau kulit putih dan rambut lurus adalah citra

cantik menurut industri kosmetik Asia, maka di Barat, cantik identik dengan kulit berwarna kecoklatan terbakar matahari serta rambut pirang” (Fitryarini dalam Ariani 2015: 2).

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis semiotika pada akun youtube Rachel Goddard yang telah peneliti lakukan, maka hasil representasi kecantikan yang muncul adalah sebagai berikut ini :

1. Cantik yang ideal masih merujuk pada kriteria yang ada, namun dengan adanya teknologi seperti video tutorial, cantik mengalami perluasan kriteria

Cantik yang ideal masih identik dengan perempuan berkulit cerah, berambut hitam lurus, dan bertubuh tinggi langsing, hanya saja Rachel membuat konsep cantik ideal menjadi lebih detail.

2. Kriteria cantik masih berkiblat pada budaya barat

Pada video “belajar makeup untuk pemula”, diketahui bahwa konsep cantik yang ia bangun adalah cantik ala barat. Hal tersebut diperkuat dengan sosok Rachel Goddard yang memiliki kulit kecoklatan dirasa cukup baik untuk merepresentasikan cantik ala budaya barat. Hal lain yang semakin memperkuat bahwa konsep cantik yang sedang dibangun oleh Rachel Goddard merupakan cantik ala budaya barat adalah banyaknya produk-produk makeup dan kosa kata bahasa asing yang ia gunakan.

5.2 Saran

5.2.1 Akademis

Perkembangan media sosial yang semakin pesat menjadi lahan yang subur bagi kemunculan mitos-mitos baru tentang kecantikan. Melalui youtube, hadir tokoh-tokoh pecinta makeup yang memiliki standar ideal kecantikan perempuan. Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis. Penelitian ini juga diharapkan mampu mengembangkan penelitian semiotika tentang kecantikan pada media sosial.

5.2.2 Praktis

Rachel Goddard sebaiknya tetap terus memberikan informasi baik itu berupa tips, trik, maupun tutorial tentang makeup yang bisa dipelajari oleh para perempuan. Selain itu, tutorial yang diberikan sebaiknya tidak melulu menggunakan produk makeup dari luar negeri, alangkah baiknya menggunakan produk-produk makeup dalam negeri agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai produk-produk dalam negeri.

5.2.3 Sosial

Para subscriber maupun bukan, yang menonton vlog tutorial milik Rachel Goddard hendaknya lebih jeli akan produk-produk yang disebutkan dan digunakan oleh Rachel Goddard, karena produk yang cocok digunakan oleh seseorang belum tentu cocok untuk digunakan orang lain. Sehingga para penonton vlog Rachel Goddard harus memilah-milah mana yang kira-kira cocok untuknya dan yang tidak cocok untuknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, Roland. (2009). *Mitologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creeber, Glen and Royston Martin. (2009). *Digital Cultures Understanding New Media*. New York: Two Penn Plaza.
- Danesi, Marcel diterjemahkan oleh Evi Setyarini & Lusi Lian Piantri. (2010). *Pesan, Tanda, Makna: Buku Teks Dasar mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Fiske, John. (2007). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publication.
- Haryanto, Rudy. (2009). *Cerdas Jelajah Internet*. Jakarta: Kriya Pustaka.
- Ibrahim, Idi Subandy. (2004). *Sirnanya "Komunikasi Empatik" Krisis Budaya Komunikasi dalam Masyarakat Kontemporer*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Knowledge, Raf. (2010). *Video Blogging Untuk Pemula*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kroloke, Charlotte and Anne Scott Sorensen. (2006). *Gender Communication Theories and Analysis: from Silence to Performance*. London: Sage Publication.
- Maliki, Zainuddin. (2012). *Rekonstruksi Teori Sosial Modern*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Melliana S, Anastasia. (2006). *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Sobur, Alex. (2001). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- West, Richard & Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi-Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wolf, Naomi. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.
- Lingga Dinara Sagi Siyam. (2012). *Representasi Sosok Perempuan dalam Talkshow Komedi Kakek-Kakek Narsis*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.
- Lintang Ratri. (2005). *Rekonstruksi Cantik yang Dilakukan oleh The Body Shop*. Bandung: Skripsi Universitas Padjajaran.
- R. Maharani Putri Wasista. (2012). *Representasi Kecantikan Perempuan Postcolonial Dalam Iklan (Representasi Kecantikan Perempuan Postcolonial dalam Iklan TV YOU C 1000 mg Periode 2004-2011)*. Surakarta: Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Octa Lidya Ghaisani Amin. (2015). *Representasi Kecantikan Perempuan pada Iklan Dove Versi "Real Beauty Sketches" di Situs Youtube*. Surabaya: Skripsi Universitas Airlangga. Dalam <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-commf786a3f8f6full.pdf> diakses pada 17 Mei 2016
- Meldina Ariani. (2015). *Representasi Kecantikan Wanita dalam Film "200 Pounds Beauty" Karya Kim Young Hwa*. Samarinda: Jurnal Universitas Mulawarman. Dalam [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/Jurnal%20PDF%20\(11-23-15-08-34-42\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/Jurnal%20PDF%20(11-23-15-08-34-42).pdf) diakses pada 24 Maret 2017
- R.A Granita Dwisthi Ismujihastuti. (2015). *Representasi Wanita Dalam Sampul Album Raisa (Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Sampul Album Raisa Andriana "Raisa" dan "Heart to Heart")*. Bandung: Jurnal Universitas Telkom Bandung.