

ABSTRAK

Fenomena media sosial Youtube di kalangan generasi milenial kini terlihat kuat eksistensinya. Sebuah media sosial berbasis video ini digadang-gadang akan mengalahkan televisi, meskipun eksistensi televisi di kehidupan masyarakat masih terlihat. Sebutan Youtube sebagai media sosial nomor satu di Indonesia kini sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat, banyak perhitungan data yang menunjuk Youtube sebagai media sosial yang lebih sering digunakan oleh generasi milenial. Konten *vlog*, salah satunya *beauty vlogger* menjadi salah satu konten yang paling diminati khususnya perempuan. Meski paling diminati, namun tak jarang banyak sekali para audiensnya menjadi konsumtif dengan alasan mengikuti apa yang diinformasikan oleh *beauty vlogger*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akibat yang dirasakan oleh para generasi milenial setelah melihat tayangan *review* dari *beauty vlogger*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif disertai dengan paradigma konstruktivis. Data penelitian ini didapat dari lima orang informan generasi milenial yang memiliki gaya hidup konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian, para informan menyampaikan tentang hal positif dan negatif yang dirasakan setelah menjadi konsumtif dan memberikan jawaban secara jujur dari pengalaman.

Kata Kunci: YouTube, Perilaku Konsumtif, *Beauty Vlogger*.