

Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang

Tridewi Setiawati^{1*}, Maria Krisnawati¹, Fitria Yuliani²

¹*Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, Gedung E10 Lt.2, Kampus Sekaran Gunung Pati, Semarang 50229*

²*Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Myhhammadiyah, Bengkulu 38229*

Corresponding author: tridewisetiawati@students.unnes.ac.id

Abstract. *TikTok offers a variety of content, ranging from content that provides entertainment, information, education and even persuasion, where content in the beauty category is ranked third out of the five most watched video categories. Beauty content on social media tiktok can also be a source of knowledge for people who study about beauty science. The purpose of this study is to find out the effect of utilizing tiktok social media on fulfilling the beauty information needs of beauty education students Semarang University. The purpose of this study is to look further at how the influence of the use of social media TikTok on meeting the beauty information needs of students of the Cosmetology Education Study Program. The approach to this research is descriptive quantitative with the Utilization of Social Media TikTok as the independent variable (X) and the Beauty Information Needs of beauty education Students, Semarang University as the dependent variable (Y). Data collection was carried out using a survey method, with a causal research design. The population in this study were active students of the beauty education study program force of the year 2019 and 2018 with a total of 118 students, of which the 2019 class consisted of 58 students and the 2018 class with 60 students. The results of the study show that there is a significant positive influence between the use of social media TikTok on fulfilling the needs for beauty information in beauty education Students at Semarang State University. From the calculation results it can be concluded that the influence of variable X on variable Y is 83% and the remaining 17% is from other factors not examined by researchers in this study.*

Keywords: *Influence, Utilization, TikTok, Information, Student, Beauty Education*

Abstrak. TikTok menjadi media sosial populer yang menyuguhkan beragam macam konten, mulai dari konten yang sifatnya memberikan hiburan, informasi, edukasi bahkan persuasif, di mana konten dengan kategori kecantikan masuk kedalam peringkat ketiga dari lima kategori video yang paling banyak ditonton. Konten kecantikan di sosial media tiktok tersebut dapat menjadi sumber pengetahuan bagi orang-orang yang mendalami ilmu kecantikan. Penelitian ini meneliti tentang "Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat lebih jauh bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan. Pendekatan penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai variabel independen/bebas (X) dan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang sebagai variabel dependen/terikat (Y). Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei, dengan desain penelitian Kausal. Populasi penelitian 91 mahasiswa aktif program studi tata kecantikan angkatan 2019 dan 2018. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan positif antara pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan pada mahasiswa tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Hasil perhitungan dapat disimpulkan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 83% dan selebihnya 17% dari faktor lain yang tidak diteliti peneliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Pengaruh, Tiktok, Informasi, Tata Kecantikan.*

PENDAHULUAN

TikTok merupakan sebuah media sosial yang dikenal masyarakat sebagai aplikasi yang menyuguhkan tayangan video dengan konten hiburan dan musik di dalamnya, dimana pada awal kemunculannya media sosial TikTok pernah diblokir sementara oleh pihak Dinas Kominfo Pusat karena pada media sosial TikTok tersebut pernah ditemukan adanya pelanggaran konten yang dianggap tidak mendidik karena adanya penyalahgunaan oleh beberapa pengguna TikTok. Akan tetapi seiring perkembangannya, media sosial TikTok sudah mengalami kemajuan dimana TikTok telah menerapkan sistem penyaringan konten pada fiturnya, sehingga tayangan yang dianggap mengandung pelanggaran akan dengan otomatis terhapus. Hingga kini TikTok menyuguhkan para penggunanya dengan beragam macam konten, mulai dari konten yang sifatnya memberikan hiburan, informasi, edukasi bahkan persuasif.

Media sosial TikTok pada awalnya hanya sekedar sebagai media sosial yang menyuguhkan konten hiburan serta musik saat ini sudah berkembang menjadi salah satu platform yang menyuguhkan tayangan video pendek dengan banyak konten, seperti halnya konten tentang kecantikan yang dapat dengan mudah diakses oleh mahasiswa pendidikan tata kecantikan Universitas Negeri Semarang yang sekiranya dengan memanfaatkan platform media sosial TikTok dapat digunakan untuk dijadikan video referensi pembelajaran dan media sarana perolehan informasi oleh mahasiswa tata kecantikan dan tidak hanya untuk sekedar sebagai aplikasi hiburan semata. Kebutuhan untuk memenuhi informasi tersebut seseorang dapat dengan bebas menentukan media atau sumber yang mereka rasa tepat untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka. Salah satunya dengan memanfaatkan media sosial TikTok, di mana TikTok saat ini menjadi salah satu media sosial populer dan telah banyak memuat beragam informasi terkini dan mengandung konten edukasi didalamnya salah satunya adalah edukasi yang membahas mengenai ilmu tentang kecantikan, TikTok dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media pemenuhan kebutuhan sumber informasi dan referensi yang menayangkan konten kecantikan dalam bentuk audio visual.

Media sosial TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sebuah media informasi, di mana TikTok juga memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai suatu sumber belajar jenis media audio visual, juga diperkuat dengan pendapat Aji (2020) yang menjelaskan bahwa platform TikTok layak digunakan sebagai media pembelajaran yang efektif, di mana tidak hanya memuat beragam informasi terkini, TikTok dapat memenuhi kebutuhan belajar dan dapat menarik minat peserta didik karena dilengkapi oleh fitur-fitur yang dapat diimplementasikan kedalam pembelajaran.

Konten kecantikan menjadi salah satu kategori konten video yang paling banyak ditonton, fenomena tersebut terjadi di Indonesia dimana kategori kecantikan masuk kedalam peringkat ketiga dari lima kategori video yang paling banyak ditonton (Azizah, 2021). karenanya pengguna TikTok dapat dengan mudah menemukan konten-konten yang berkaitan dengan tips kecantikan, tutorial *make up*, maupun informasi-informasi seputar kecantikan yang dapat dengan mudah diakses, tanpa disadari konten-konten yang bermuatan informasi kecantikan tersebut dapat menjadi sumber pengetahuan bagi orang-orang yang mendalami ilmu kecantikan, seperti halnya bagi mahasiswa program studi pendidikan tata kecantikan yang memang mendalami serta memerlukan ilmu dan informasi terkait bidang kecantikan dan tidak menutup kemungkinan untuk dapat memanfaatkan media sosial tersebut.

Konten kecantikan seringkali dibagikan oleh pengguna yang memang tertarik dalam bidang kecantikan (*beauty enthusiast*) seperti, *beauty vlogger*, *makeup artist*, maupun dokter kecantikan melalui video dengan durasi singkat, mereka seringkali berbagi mengenai tips ataupun trik, produk, kosmetik ataupun video tutorial mengenai konten kecantikan. Di mana hal tersebut menjadikan konten kecantikan sebagai konten yang banyak digemari dan dibagikan pada TikTok. *Makeup* dan perawatan kulit termasuk kedalam hobi umum yang dibagikan antara kreator dan pengikut (*follower*), di mana pengikut memperlakukan kreator yang membagikan tips *makeup* dan perawatan kulit sebagai teman yang memiliki minat yang sama dengan mereka, sehingga menarik ikatan tak terlihat antara para *beauty creator* dengan pengikut mereka (Mou, 2020).

Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran bila dikaitkan dengan masalah penelitian, di mana melihat pengaruh dari pemanfaatan media yakni bagaimana mahasiswa dapat memanfaatkan suatu media lain dan apakah mereka dapat memperoleh informasi daripada yang mereka butuhkan selain dari pada sumber ilmu yang mereka peroleh dari pendidikan formal di kampus untuk menunjang pembelajaran guna memperoleh ilmu yang lebih luas lagi, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial khususnya media sosial TikTok yang pada saat ini sedang digemari oleh para generasi Z termasuk dikalangan pelajar dan mahasiswa, pada penelitian ini penulis ingin melihat lebih jauh bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengungkap media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi di masa pandemic covid 19. Penelitian ini menggunakan analisis *Teori Uses and Gratification* dan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis teori *Uses and Gratification*, hasil penelitian mengungkapkan bahwa 80% orang menyetujui bahwa media sosial mampu memuaskan sebagai pelarian dari rutinitas dan masalah pribadi di masa Covid-19, 85% menyetujui media sosial dapat memuaskan dalam

pencarian informasi Covid-19 dan 92% menyetujui bahwa informasi di media sosial memuaskan untuk melakukan sesuatu (Rohmah, 2020)

Penelitian relevan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa Universitas Pendidikan Ganesha Buleleng pada tahun 2020 dengan judul penelitian “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia” penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keefektifan aplikasi TikTok dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada mata pelajaran bahasa Indonesia, yang mana bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dalam pembelajaran bahasa Indonesia. Dari hasil penelitian diketahui bahwa, aplikasi TikTok dapat bermanfaat sebagai media dalam pembelajaran Bahasa Indonesia yang menarik dan interaktif jika digunakan bersamaan dengan penggunaan dan metode yang tepat (Dewanta, 2020).

Penelitian lain mengungkapkan seberapa besar pengaruh TikTok terhadap prestasi belajar peserta didik di SPN 1 Gunung Sugih Kab Lampung Tengah. Penelitian menggunakan penelitian kuantitatif korelasi dengan pengumpulan data melalui angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validasi, uji normalitas, uji linearitas, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara TikTok terhadap prestasi belajar disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara media sosial TikTok dengan prestasi belajar di SMPN 1 Gunung Sugih (Riska, 2019).

Penelitian selanjutnya mengenai bagaimana pengaruh antara intensitas, isi media dan daya tarik penggunaan media sosial TikTok akun @tabu.id. terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seks edukasi, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survey eksplanatori. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan intensitas berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tentang seks edukasi dikalangan generasi Z (Ramadhan dkk, 2022).

Penelitian media sosial TikTok telah digunakan oleh para aktivis sosial dan bagaimana cara mereka menggunakan untuk mencapai tujuan mereka, pendekatan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dimana pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi terstruktur dengan pendekatan *grounded theory*.hasil analisis data menghasilkan lima identifikasi hasil mengapa pengguna memposting konten aktivis dimedia sosial antara lain, motivasi dan inspirasi untuk memposting konten aktivis sosial berasal dari berbagai sumber pribadi, praktik pembuatan video sebagian besar sesuai dengan standar TikTok, aktivisme sosial memiliki komunitas diTikTok yang memberikan ruang untuk dorongan dan diskusi, terdapat ruang untuk berinteraksi dengan aktifvvis dan pengguna, dan TikTok memiliki kemampuan untuk meenyebarlu pesan lebih banyak dan sederhana dengan jangkauan yang lebih luas dari pada media sosial lainnya (Compte dkk, 2021).

Penelitian oleh penelitian ini juga dilakukan dengan tujuan guna memberikan inovasi pembelajaran *online* dalam mata kuliah kreativitas tari di jurusan Unnes Sendratasik, di mana pada penelitian ini melihat apakah platform dapat digunakan sebagai ruang belajar bagi mahasiswa dan dapat meningkatkan kreativitas dan keterampilan tari selama masa pandemi, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, di mana dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan daya eksplorasi dan improvisasi mahasiswa dalam berkreativitas (Putri, 2021).

Kong (2021) melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana informasi yang tersedia di media sosial *twitter* mempengaruhi persepsi kredibilitas sumber dan elaborasi kognitif penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian tindakan kelas di mana hasil penelitian terdapat hubungan positif antara informasi yang tersedia di media sosial *twitter* di mana informasi diperoleh dapat mengarah pada peningkatan elaborasi kognitif di mana peningkatan elaborasi akan menyebabkan peningkatan kredibilitas sumber informasi.

Penelitian oleh Faiz (2022) penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh media sosial TikTok terhadap peningkatan pengetahuan keislaman dikalangan mahasiswa, di mana penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan penyebarlu kuisisioner melalui *google form* di mana hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif antara pemanfaatan TikTok dengan pengetahuan islam yang diperoleh mahasiswa di mana pengaruh berada pada kategori sedang.

Penelitian yang dilakukan oleh Prabayanti (2022) penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana hubungan antara pola konsumsi siswa dalam menggunakan media sosial TikTok guna mendapatkan informasi pembelajaran bahasa inggris, penelitian ini menggunakan metode penelitian metode kuantitatif korelasional di mana dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif antara pola konsumsi penggunaan TikTok terhadap motivasi belajar siswa dalam memperoleh informasi pembelajaran bahasa inggris.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ardiana (2020) penelitian ini bertujuan melihat bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran pada aktivitas dan hasil belajar siswa dalam mata pelajaran IPS kelas XI SMA N 1 Ampek Angkek, pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksperimental dengan hasil penelitian mendapatkan bahwa penggunaan TikTok sebagai media pembelajaran dapat merangsang keaktifan belajar siswa melalui kegiatan yang tidak membosankan sehingga siswa dapat menghasilkan hasil belajar yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Li (2021) dengan tujuan guna mengetahui format, jenis, serta isi dari video tentang covid 19 yang dibagikan pada platform TikTok dan melihat apakah video yang dibagikan memiliki potensi untuk melibatkan dan menginformasikan masyarakat tentang informasi kesehatan masyarakat, penelitian ini dilaksanakan dengan metode penelitian kuantitatif deskriptif dan dari hasil penelitian didapatkan bahwa platform TikTok dapat memberikan informasi perkembangan masa depan dan penyebaran pesan kesehatan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Xu (2019) penelitian menganalisis alasan popularitas TikTok dilihat dari tiga aspek strategi promosi pemasaran, permintaan pengguna dan algoritma teknologinya serta menganalisis permasalahan dalam pengoperasian konten. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa jenis video pendek pada media sosial termasuk TikTok sedang digandrungi dan menjadi populer dikarenakan memiliki strategi pemasaran yang efektif dengan algoritma yang tepat di mana konten yang dibagikan pada TikTok dapat memenuhi kebutuhan pengguna. pada sistem operasi konten dihasilkan bahwa terdapat homogenisasi konten TikTok di mana terdapat banyak keseragaman konten pada TikTok.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yang dkk (2019) jurusan *School of Business*, Xijing University Xi'an China, yang dilakukan pada tahun 2019 dengan judul "*Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application (Taking Tik Tok as an Example)*" penelitian ini bertujuan melihat gambaran umum TikTok sebagai perkembangan video pendek dan bagaimana popularitasnya terhadap pembangunan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur video pendek pada TikTok telah banyak dimanfaatkan untuk memberikan konten diseminasi atau informasi, termasuk didalamnya memberikan pengalaman kreativitas periklanan yang cerdas dan menjadikannya sangat populer terutama dikalangan para remaja. Kebaharuan penelitian terdapat pada subjek, objek, teknik penumpulan data serta fokus penelitian yang berbeda dengan penelitian saat ini.

METODE

Penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yakni mengungkapkan pengaruh antar variabel antar variabel yang dinyatakan dalam data dengan bentuk angka serta menjelaskannya dengan membandingkan teori-teori yang ada serta menggunakan teknik analisis data yang sesuai dengan variabel pada penelitian. Variabel pada penelitian ini yaitu Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai variabel independen/bebas (X) dan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang sebagai variabel dependen/terikat (Y).

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, peneliti ingin meneliti bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan dengan sampel penelitian mahasiswa program studi pendidikan tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Lokasi ini merupakan lokasi yang tepat, karena mahasiswa yang dijadikan sebagai subjek penelitian memiliki korelasi yang erat dengan objek yang diteliti yaitu informasi kecantikan yang ada pada media sosial TikTok, di mana subjek dalam penelitian merupakan mahasiswa program studi tata kecantikan dan merupakan individu yang memang mendalami ilmu tata kecantikan serta berpeluang besar untuk dapat memanfaatkan media sosial TikTok guna memperoleh informasi kecantikan. Disisi lain peneliti yang juga merupakan mahasiswa di Universitas dan Program Studi yang sama dengan objek penelitian sehingga setidaknya peneliti sudah melakukan pengamatan dan observasi dikarenakan berada dilingkungan yang sama dengan subjek penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif noneksperimental yang mana pengumpulan datanya menggunakan metode survey. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey yakni penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menggunakan angket yang nantinya dapat menggambarkan berbagai aspek dari populasi (Hardani dkk 2020). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa. Yaitu melihat bagaimana mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media sosial yang banyak menyajikan tayangan konten kecantikan sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi.

Angket dibuat dengan model skala *likert*, pengukuran skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menggunakan skala pengukuran interval dengan model skala *likert* maka variabel-variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan

Desain penelitian yang peneliti gunakan yaitu desain penelitian kausal. Desain penelitian ini digunakan peneliti untuk membuktikan bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan pada mahasiswa program studi pendidikan tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini terdiri dari dua variable, yaitu pemanfaatan media sosial TikTok sebagai variable bebas (X) dan kebutuhan informasi kecantikan sebagai variable terikat (Y). Instrument penelitian ini menggunakan instrument

berupa angket sebagai teknik pengumpulan data tentang pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa, yaitu melihat bagaimana mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media sosial yang banyak menyajikan tayangan konten kecantikan sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Di mana mahasiswa angkatan 2019 dan 2018 telah menempuh semua matakuliah praktik kecantikan dan pernah mengalami perkuliahan daring selama 2 tahun akibat pandemi covid-19 yang membuat mahasiswa berpeluang untuk banyak mencari referensi pembelajaran melalui internet, termasuk penggunaan platform TikTok sebagai sumber informasi di mana platform tersebut banyak memuat konten kecantikan yang berpeluang untuk dapat digunakan sebagai referensi dan sumber pembelajaran, dengan total 118 mahasiswa, dimana angkatan 2019 berjumlah 58 mahasiswa dan angkatan 2018 berjumlah 60 mahasiswa, dengan menggunakan sampel sebanyak 91 mahasiswa.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data yang bersifat representatif didefinisikan sebagai sampel yang mampu mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proposional sehingga dapat mewakili keadaan sebenarnya dalam populasi (Sugiono 2018:143). Penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane dalam menentukan ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1. N(e)^2}$$

1. Uji Validitas dan uji Reliabilitas

- a. Uji validitas

Validitas dilakukan guna menjamin keabsahan pengukuran dari skala yang ditentukan dari variabel-variabel yang akan digunakan dalam menentukan hubungan suatu kejadian atau fenomena (Hardani 2020:393).

- b. Uji Interater

Penelitian ini melibatkan empat orang ahli atau rater sebagai penilai, sehingga dalam penilaian ini menggunakan koefisien kesepakatan *cohen kappa*. menggunakan rumus:

$$K = \frac{Pa - P_c}{1 - P_c}$$

- c. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk tetap konsisten meskipun terdapat perubahan waktu, di mana uji reliabilitas yaitu suatu uji yang dapat menyatakan sebuah instrument penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang sama kedepannya. (Anshori 2017). Uji realiabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alfa Cronbach*, di mana jika hasil *Alfa Cronbach* > 0,60, maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan sudah reliabel atau konsisten dan sebaliknya jika *Alfa Cronbach* < 0,60 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel atau konsisten (Purwanto 2011). Rumus koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach* menurut Sugiono (2021) sebagai berikut:

$$r_{i=\frac{k}{(k-1)}} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

2. Uji Prasyarat Analisis

Penelitian ini menggunakan uji prasyarat analisis berupa uji normalitas dan uji linearitas data.

- a. Uji Normalitas

Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi (Purnomo 2016).

- b. Uji Linearitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat penelitian terletak pada suatu garis lurus atau tidak (Widana 2020).

- c. Uji Hipotesis (Regresi Linear Sederhana)

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji Koefisien Regresi Sederhana (*p-value*), digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). dikatakan signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan data hasil penelitian yang diperoleh dari jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada angket tentang pemanfaatan media sosial tiktok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa tata kecantikan Universitas Negeri Semarang tertuang dalam data berupa angka-angka dan bilangan-bilangan. Kemudian data yang berupa angka dan bilangan hasil penskoran dari jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam angket tentang pemanfaatan media sosial tiktok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa tata kecantikan dihitung menggunakan data statistik menggunakan rumus deskriptif persentase. Pengambilan sampel menggunakan *google form*. Jika total populasi adalah 118 mahasiswa dari angkatan 2019 dan 2018 mahasiswa Tata Kecantikan di Universitas Negeri Semarang, maka dengan taraf kesalahan 5% sampel diambil sebanyak 91 mahasiswa. tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Dengan indikator rincian masing-masing (X1) 5 item angket, (X2) 5 item angket, (X3) 5 item angket, (X4) 5 item angket, (X5) 5 item angket, (X6) 5 item angket, (X7) 5 item angket, (X8) 5 item angket pvariabel, (Y1) 5 item angket, (Y2) 5 item angket, (Y3) 5 item angket, (Y4) 5 item angket, (Y5) 5 item angket, (Y6) 5 item angket, (Y7) 5 item angket pvariabel. Untuk keperluan analisis instrument tiap-tiap alternatif jawaban diberi skor : untuk pilihan jawaban SS diberi skor 5 (sangat setuju), S diberi skor 4 (setuju), KS diberi skor 3 (kurang setuju), TS diberi skor 2 (tidak setuju) dan STS diberi skor 1 (sangat tidak setuju).

Uji statistik deskriptif dilakukan terhadap data dari Mengisi waktu luang (*Passing time*), Hiburan (*Entertainment*), Interaksi sosial (*Social Interaction*), Mencari Informasi (*Information Seeking*), Efisiensi (*efficiency*), Efektivitas (*effectiveness*), Mudah dipelajari (*learnability*, Kepuasan (*satisfaction*), dan pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan dari Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir (*Current need approach*, Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin (*Everyday Need Approach*), Pendekatan Kebutuhan informasi Mendalam (*Exhaustive Need Approach*, Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas (*Catching Up Need Approach*), Kebutuhan individu untuk menyelesaikan suatu penelitian ilmiah yang sedang dilakukan, Kebutuhan informasi yang ditimbulkan dari pekerjaannya maupun profesi, dan Kebutuhan informasi yang relevan dengan suatu subyek tertentu yang menjadi perhatian seseorang.

1. Hasil Uji Validitas

Bentuk instrument adalah angket dalam bentuk *google form* yang berjumlah 75 butir soal. Hasil uji coba tes nilai yang diperoleh akan dibandingkan dengan nilai r tabel. jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif atau signifikan $< 0,05$ maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan diperoleh besar r tabel untuk taraf 5% ialah 0.361, berdasarkan hasil uji coba instrument diperoleh bahwa keseluruhan 75 butir soal dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Interater

Penelitian ini melibatkan empat orang ahli atau rater sebagai penilai, sehingga dalam penilaian ini menggunakan koefisien kesepakatan *cohen kappa*. Berdasarkan hasil *Interrater Reliability* menggunakan Uji Kappa dapat diketahui bahwa validator 1 dan validator 2 memiliki keeratan kesepakatan relatif sangat kuat, hal itu dibuktikan dengan hasil *value* sebesar 0.901, dan nilai probabilitas *approx signifikan* mengasilkan nilai $0.010 < 0.05$, kemudian hasil hitung antara validator 3 dan validator 4 juga menunjukkan keeratan kesepakatan relatif sangat kuat, hal itu dibuktikan dengan hasil *value* sebesar 0.923, dan nilai probabilitas *approx signifikan* mengasilkan nilai $0.002 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen penelitian ini reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan pada taraf signifikansi 5% dengan $N=30$ diperoleh r table = 0.960 Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0.60 maka dapat dikatakan bahwa variabel pemanfaatan media sosial TikTok dan Variabel pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan dapat dikatakan reliabel dengan demikian uji reliabilitas untuk menjadi alat ukur dapat terpenuhi.

Uji statistik deskriptif dilakukan terhadap data dari Mengisi waktu luang (*Passing time*), Hiburan (*Entertainment*), Interaksi sosial (*Social Interaction*), Mencari Informasi (*Information Seeking*), Efisiensi (*efficiency*), Efektivitas (*effectiveness*), Mudah dipelajari (*learnability*, Kepuasan (*satisfaction*), dan pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan dari Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir (*Current need approach*, Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin (*Everyday Need Approach*), Pendekatan Kebutuhan informasi Mendalam (*Exhaustive Need Approach*, Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas (*Catching Up Need Approach*), Kebutuhan individu untuk menyelesaikan suatu penelitian ilmiah yang sedang dilakukan, Kebutuhan informasi yang

ditimbulkan dari pekerjaannya maupun profesi, dan Kebutuhan informasi yang relevan dengan suatu subyek tertentu yang menjadi perhatian seseorang.

Berdasarkan masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan bahwa variabel pemanfaatan media sosial TikTok dan Variabel pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan dapat dikatakan reliabel dengan demikian uji reliabilitas untuk menjadi alat ukut dapat terpenuhi. Sugiono (2021) merekomendasikan cara membandingkan nilai reliabilitas dengan tabel kriteria indeks koefisien seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Kriteria Indeks Koefisien

Nilai Interval	Kriteria
<0,20	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,00	Sangat Tinggi

1. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa tiap variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai dari *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05. Adapun hasil daripada pengolahan SPSS memberikan hasil sebagai berikut: Hasil uji menunjukkan nilai *Asymp.Sig.* dari tiap variabel yang telah dilakukan pengujian.

Adapun langkah-langkah analisis data untuk menguji normalitas data yang dilakukan dengan program SPSS adalah sebagai berikut: Menghitung jumlah skor total jawaban responden tiap variabel, Melakukan analisis menggunakan perintah *analyze kemudian non parametric test 1-sample K-S*, Membandingkan niai *asymp.Sig (2-tailed)* dengan nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* diketahui nilai signifikansi $0,797 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada penelitian berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Linearitas

Pada penelitian ini uji linearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat liner atau tidak liner. Dikatakan hubungan antar variabel linier apabila harga sig. lebih dari atau sama dengan 0,05. untuk mengambil keputusan maka akan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut: Jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 akan ditolak, Jika nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 akan diterima

Berdasarkan uji statistic dengan SPSS statistic 21, diperoleh nilai $F = 497,415$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Tingkat signifikansi akan dibandingkan dengan 0,05 (uji linearitas menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$). $0,153 > 0,05$ maka H_0 ditolak artinya terdapat hubungan yang linier antara pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Karena nilai sig. $0,153$ lebih besar dari $0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Pemanfaatan media sosial TikTok dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan terdapat hubungan linear secara signifikan.

3. Uji Hipotesis (Regresi Linear Sederhana)

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji Koefisien Regresi Sederhana (*p-value*), digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). dikatakan signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penelitian ini melakukan perhitungan analisis hipotesis pada penelitian ini menggunakan korelasi product moment, dengan perhitungan melalui SPSS. Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: H_0 : Tidak terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa program studi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. H_1 : Terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa program studi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang.

Pengujian hipotesis pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa tata kecantikan Universitas Negeri Semarang menggunakan analisis regresi sederhana. Teknik ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variable X yaitu pemanfaatan media sosial TikTok dengan variable Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa tata kecantikan Universitas Negeri Semarang.

Tabel 2. Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error Of The Estimate
1	.909a	.826	.824	6.814

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa responden sebanyak 91 dihasilkan nilai korelasi sebesar 0,909, interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi, menurut Sugiono (2021) terdapat pedoman guna memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi adalah sebagai berikut: 0,00 - 0,199 = Tingkat korelasi sangat rendah, 0,20 - 0,399= Tingkat korelasi rendah, 0,40 - 0,599 = Tingkat korelasi sedang, 0,60 - 0,799 = Tingkat korelasi kuat, 0,80 - 1,000= Tingkat korelasi sangat kuat. Dari interpretasi nilai r dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel (X) pemanfaatan media sosial TikTok dengan variabel (Y) pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan memiliki korelasi sangat kuat karena mempunyai nilai korelasi sebesar 0,909.

Pada output tersebut diperoleh pula koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,826, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pemanfaatan media sosial TikTok) terhadap variabel terikat (pemenuhan informasi kecantikan mahasiswa) adalah sebesar 82,6 %, sehingga dapat diartikan bahwa variabel bebas X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 82,6% terhadap variabel Y.

Perhitungan analisis regresi sederhana menggunakan SPSS memberikan hasil pada bagian tabel model summary R=0,909 yang artinya koefisien korelasi sebesar 0,909. R square 0,826 yang menunjukkan angka koefisien determinasi (R) Dari hasil perhitungan maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 83% dan selebihnya yang 17% dipengaruhi oleh faktor lain.. Adjust R square 0,824 maknanya sama dengan R square hanya saja Adjusted R square nilainya lebih stabil karena sudah disesuaikan dengan variabel bebasnya. Standard error of the estimate 6.814 menunjukkan ukuran tingkat kesalahan dalam melakukan prediksi terhadap variabel tersebut. Berdasarkan pengujian coefficients menampilkan persamaan garis regresi dan pengujiannya yang dapat dilihat pada kolom Understandardized Coefficients (B) dengan persamaan regresinya adalah $Y=11.246 + 0,811X$.

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui nilai konstantanya sebesar 11.246. di mana secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat pemanfaatan media sosial TikTok 0, maka pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan memiliki nilai 11.246. Selanjutnya nilai 0,811 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas X (pemanfaatan media sosial TikTok) menggambarkan di mana setiap kenaikan satu persen variabel bebas (X) akan menyebabkan kenaikan nilai variabel terikat (Y) sebesar 0,811.

Kemudian berdasarkan nilai t dari tabel coefficients diketahui nilai t hitung sebesar $20.584 > t$ tabel 1.662 (dilihat pada distribusi nilai t tabel), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y). Pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa variabel X terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. sehingga dapat disimpulkan dari hasil uji t, terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, dengan kata lain menerima Ha yaitu: Terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa program studi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang, dan menolak Ho, yaitu Tidak terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa program studi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan melalui pengujian hipotesis uji t, diperoleh bahwa pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan informasi kecantikan mahasiswa sebesar $20.584 > 1.965$ ini berarti t hitung $> t$ table dengan taraf signifikansi 5% dengan dk= n-2, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang positif antara pemanfaatan media

sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan pada mahasiswi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Dari hasil perhitungan dapat disimpulkan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 83% dan selebihnya 17% dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini, seperti pada faktor pemenuhan kebutuhan informasi tata kecantikan diluar media sosial lain.

Adapun pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok yakni mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan informasi yang mereka butuhkan. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan informasi kecantikan mahasiswa tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis korelasi product moment sebesar 0.909 dibandingkan dengan t tabel tingkat signifikan 5% N=91 sebesar 1.662. jadi t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yang mana diartikan bahwa hipotesis nol (H_0) yaitu tidak terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa program studi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) yakni terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa program studi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang diterima.

Koefisien determinan 82.6 (dibulatkan menjadi 83%) atau sebesar 83% maka berpengaruh positif, yang berarti jika semakin tinggi mahasiswa memanfaatkan media sosial TikTok, maka semakin tinggi pula tingkat kebutuhan informasi kecantikan pada mahasiswa dapat terpenuhi. Sedangkan 17% merupakan faktor yang mempengaruhi variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan) dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dimana mahasiswa membutuhkan informasi ilmu kecantikan yang selalu *up to date* yang sesuai dengan pasar dan masyarakat. Mahasiswa dapat memperoleh dan memahami hal baru terkait ilmu kecantikan yang dapat diterapkan dalam dunia pendidikan ataupun dunia kerja. Sebagaimana halnya, media sosial TikTok telah banyak menyuguhkan tayangan edukasi kecantikan seperti *Make Up*, *Hair Do*, *Nail Art*, ataupun perawatan wajah, tubuh, dan rambut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, Elsa. 2022. *"The Effect of Using the TikTok Application as a Learning Media on The Activeness and Learning Outcomes of Class XI Social Sciences Students in Sociology Subjects at SMA N 1 Ampek Angkek"* *International Journal of Science Education, Art and Culture*.1(2):22-29.
- Anshori, Muslich, Sri Iswanti. 2017. "Metodologi Penelitian Kuantitatif.Pdf." Books 1-184
- Azizah, L., J. Gunawan, And P. Sinansari. 2021. "Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia." *Jurnal Teknik Its* 10(2).
- Compte, Daniel Le, Daniel Klug. 2021. *"“ It ' S Viral !” - A Study Of The Behaviors , Practices , And Motivations Of Tiktok Social Activists."* 108–11.
- Dewanta, A. 2020. "Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa* 9(2):79–85.
- Faiz Al-Farizi, A. (2022). *The Effect Of Social Media TikTok On Increasing Islamic Knowledge Among Students Islamic Counceling and Guidance UIN Syarif Hidayatukkah*. fokus, 217-226.
- Hardani, Auliya Nur Hikmatul, Helmina Ardiani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, And Ria Rahmatul Istiqomah. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Kong. Kong. (2021) *"Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information"* <https://doi.org/10.1111/jcc4.12041>
- Li, Y. (2021). *Communicating COVID-19 Information on TikTok:A Content Analysis of TikTok Videos From Official Account Featured In The COVID-19 Information hub*. *Health Education Research*, 261-271
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss*.
- Putri, R.P. (2021). *TikTok as an Online Learning Media During a Pandemic*. *Proceedings of the 6th International Conference on Education & Social Sciences (ICESS 2021)*, 282-287
- Prabayanti, Retno. 2022. *"Media Consumption Patterns to Get English Learning Information in Tiktok."* Education and Humanities Research. Vol 618. 857-863
- Ramadhan, Ahmad Fahri, Muhammad Ramdhani, Wahyu Utamidewi. 2022. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z." *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 6(1):2382–95. Doi: 10.36312/Jisip.V6i1.2849.
- Rohmah, Nurliya Ni'matul. 2020. "Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat Dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemik Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiangan Islam* 4(1):1–16.

- Riska. 2019. "Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab.Lampung Tengah." skripsi.Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung.
- Sugiono. 2018. "Metode Penelitian Kuantitatif." Bandung , Alfabeta CV.
- Widana, Wayan, Putu Lia Muliani. 2020. *Uji Persyaratan Analisis*.
- Xu, Li, Xiaohui Yan, Zhengwu Zhang. 2019. "Research On The Causes Of The 'Tik Tok' App Becoming Popular And The Existing Problems." *Journal Of Advanced Management Science* 7(2):59–63. Doi: 10.18178/Joams.7.2.59-63.
- Yang, Shuai, Yuzhen Zhao, Tik Tok. 2019. "Analysis Of The Reasons And Development Of Short Video Application —— Taking Tik Tok As An Example." (Iciss):340–43. Doi: 10.25236/Iciss.2019.062.