



Pengaruh Persepsi Siswa Smk Tata Kecantikan Tentang *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi

Diah Kusuma Devy dan Trisnani Widowati

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

^{a)}Corresponding author: dkdevy17@gmail.com

Perception is one thing that is capable. One of the interest to continue their education to university. Beauty vlogger that emerges along with the times and advances in technology especially in the field of beauty can change one's perception. The purpose of this study to find out whether the perceptions of Vocational High School students beauty department about beauty vlogger on the interest to continue education in university. This research is quantitative. Methods of data collection are observation, and questionnaires. Data analysis techniques using simple regression. The results of the overall research data obtained indicate that students' perceptions of beauty vlogger have a significant effect to continue, which is in the percentage of 55.47% which falls into the sufficient category.

Keywords: *Perception, beauty vlogger, interest*

Abstrak. Persepsi merupakan salah satu hal yang mampu menimbulkan minat. Salah satunya yaitu minat untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. *Beauty vlogger* yang bermunculan seiring dengan perkembangan zaman serta kemajuan ilmu teknologi khususnya dalam bidang kecantikan dapat mengubah persepsi seseorang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi siswa SMK Tata Kecantikan tentang *beauty vlogger* berpengaruh terhadap minat untuk melanjutkan pendidikan pada Perguruan Tinggi Tata Kecantikan. Metode penelitian ini pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yaitu dengan observasi, dan angket. Teknik analisis data dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian ini ditemukan nilai t hitung sebesar 3,801 dengan $\text{sig.} = 0,000$. Oleh karena $\text{sig.} < 0,05$ maka H_0 ($\beta = 0$) ditolak yang artinya persepsi siswa SMK Tata Kecantikan tentang *beauty vlogger* berpengaruh positif terhadap minat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Kata Kunci: Persepsi, *beauty vlogger*, minat

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi juga mengalami kemajuan dari waktu ke waktu. Peran internet menjadi semakin penting dikarenakan dengan adanya internet masyarakat mampu memperoleh berbagai informasi yang lebih luas tanpa terbatas ruang dan waktu, selain itu pula informasi dapat diakses dengan cara yang sangat mudah. Perkembangan teknologi tersebut secara tidak langsung juga mempengaruhi budaya yang ada di masyarakat, yang pada awalnya informasi hanya dapat diperoleh melalui buku-buku namun sekarang dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone* yang didukung dengan adanya koneksi internet. Selain itu, dunia kecantikan juga mengalami kemajuan serta perkembangan yang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya produk-produk kecantikan serta teknologi untuk merawat kecantikan yang bermunculan. Hal tersebut didukung pula dengan kesadaran masyarakat yang menjadikan *makeup* sebagai suatu kebutuhan yang menjadi gaya hidup. Hal tersebut pula yang mendasari semakin banyaknya *beauty vlogger* yang bermunculan.

Beauty Vlogger atau *beauty* youtuber adalah sebutan bagi orang-orang yang membuat dan memposting video ke YouTube tentang kosmetik, fashion, styling rambut, dan topik terkait kecantikan lainnya (sumber : https://en.wikipedia.org/wiki/Beauty_YouTubers, 2018). Perkembangan serta kemajuan teknologi tersebut juga dimungkinkan berpengaruh pada dunia pendidikan. Melalui beragam informasi yang dengan mudahnya diperoleh melalui media sosial menimbulkan pengaruh pada persepsi ataupun anggapan-anggapan siswa, khususnya siswa SMK jurusan Tata Kecantikan tentang pendidikan yang ada di perguruan tinggi.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan pada siswa SMK Negeri 1 Salatiga Jurusan Tata Kecantikan menunjukkan bahwa terdapat fenomena gap diantara para siswa yaitu sebagian dari mereka kurang memiliki minat untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, namun sebagian lain memiliki keinginan untuk melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi dan mengambil jurusan yang sama yaitu Tata Kecantikan guna menambah kemampuan serta ilmu yang telah mereka peroleh selama belajar di SMK. Terdapat beberapa faktor yang menjadikan mereka menjadi enggan untuk melanjutkan pendidikannya, salah satu faktor yang cukup berpengaruh adalah kurangnya informasi atau pengetahuan tentang dunia perkuliahan serta anggapan bahwa ilmu dapat diperoleh dari mana saja. Namun di samping itu sebagian dari siswa yang berminat untuk melanjutkan pendidikannya memiliki rasa ingin tahu yang cukup tinggi tentang pembelajaran serta pengalaman baru yang mungkin akan mereka dapatkan nantinya.

Menurut Esti Setya Rini (2012:2) melanjutkan studi ke perguruan tinggi diawali dari adanya rasa ketertarikan dan kebutuhan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Adanya minat dalam diri individu akan mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan dan partisipasi didalamnya. Begitu juga dengan melanjutkan studi ke perguruan tinggi, minat siswa melanjutkan studi ke perguruan tinggi akan mendorong mereka untuk berusaha memasuki perguruan tinggi karena mereka ingin mengembangkan ilmu pengetahuan dan ketrampilan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi siswa SMK Tata Kecantikan tentang *beauty vlogger* berpengaruh terhadap minat untuk melanjutkan pendidikan pada Perguruan Tinggi Tata Kecantikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menuntun peneliti untuk dapat memperoleh jawaban terhadap pertanyaan penelitian.

Analisis Regresi Linier Sederhana adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode penelitian ini berdasarkan jenis kelompok menurut tingkat eksplanasi yaitu penelitian deskriptif. Jadi penelitian menurut tingkat eksplanasi adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2003:10-11).

Sedangkan pengertian deskriptif itu sendiri, menurut Sugiyono, (2003:11) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2003:14). Jadi berdasarkan teori tersebut penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif, setelah data yang diperoleh dari sampel kemudian dianalisis sesuai dengan statistik yang digunakan.

Variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012:39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi siswa tentang *Beauty Vlogger*. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:39). Minat siswa ke SMK program keahlian Tata Kecantikan merupakan variabel dependen untuk penelitian ini. Minat siswa yang ditimbulkan berdasarkan perasaan tertarik pada video tutorial yang disampaikan oleh *beauty vlogger*, serta adanya kebutuhan tentang ilmu dan pengalaman yang lebih, kemudian memunculkan motivasi/dorongan dengan harapan untuk lebih menambah *skill*/kemampuan dalam bidang kecantikan. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket sebagai teknik pengumpulan

data tentang sejauh mana pengaruh yang ditimbulkan oleh beauty vlogger terhadap minat siswa SMK Tata Kecantikan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang Universitas. Populasi dalam penelitian ini merupakan siswa kelas XII di 7 SMK Negeri Jurusan Tata Kecantikan di Jawa Tengah sejumlah 208 siswa.

TABEL 1. SMK TATA KECANTIKAN

NO.	Sekolah	Jumlah siswa kelas XII	Sampel	Alamat
1.	SMK Negeri 6 Semarang	30	20	Jl. Sidodadi Barat No.8, Karangturi, Kec. Semarang Timur, Kota Semarang, Jawa Tengah
2.	SMK Negeri 1 Salatiga	29	25	Jl. Nakula Sadewa 1, Dukuh, Kec. Sidomukti, Kota Salatiga, Jawa Tengah
3.	SMK Negeri 3 Magelang	48	27	Jl. Piere Tendean No.1, Magelang, Kec. Magelang Tengah, Kota Magelang, Jawa Tengah
4.	SMK Negeri 1 Tegal	31	20	Pekauman, Kec. Tegal, Kota Tegal, Jawa Tengah
5.	SMK Negeri 1 Pekalongan	20	15	Jl. Angkatn 66 No.90, Kramatsari, Kec.Pekalongan Barat, Kota Pekalongan Jawa Tengah
6.	SMK Negeri 3 Purwokerto	29	16	Jl. A. Yani No.70, Karanganjing, Sokanegara, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
7.	SMK Negeri 3 Pati	21	14	Jl. Kolonel Sunandar 108 Pati, Jawa Tengah
Jumlah		208	137	

Sampel adalah sebagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan checklist daftar siswa yang memiliki handphone android, dan banyaknya sampel dihitung dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus Slovin menentukan ukuran sampel dengan terlebih dahulu memutuskan ukuran populasi penelitian (N) dan rentang toleransi kekeliruan yang dapat diterima (e) (Wahyudin,2015:128). Rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

1. Uji Validitas dan Uji Reliabelitas

a. Uji validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah angket atau kuesioer sebagai alat ukur variabel penelitian telah benar - benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Wahyudin, 2012).

b. Uji Reliabelitas

Wahyudin (2012) menjelaskan uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah angket atau kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian telah memberikan hasil pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu. Kuesioner sebagai alat ukur diharapkan mampu mengukur dengan hasil yang konsisten mulai dari pengukuran pertama sampai pengukuran berikutnya.

1. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2011:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi itu dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi itu dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

b. Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2011:166), uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik.

c. Uji Hipotesis (Regresi Linier Sederhana)

Regresi sederhana adalah didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan sampel menggunakan lembar *checklist*. Jika total populasi adalah 208 siswa dari 7 SMK Negeri Tata Kecantikan di Jawa Tengah, maka dengan taraf kesalahan 5% sampel diambil sebanyak 137 siswa.

1. Hasil Uji Validitas

Bentuk tes adalah dua buah angket yang masing-masing berjumlah 16 dan 18 soal. Hasil uji coba tes nilai yang diperoleh akan dibandingkan dengan r_{tabel} . Soal dikatakan valid apabila $r_{xy} > r_{tabel}$. Dengan signifikan 5%. Perhitungan uji coba yang dilakukan pada 32 siswa di kelas XII KR dengan jumlah soal 16. Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil $r_{xy} = 0,712 >$ dari $r_{tabel} = 0,349$, karena r hitung $>$ dari r tabel maka instrumen tersebut dikatakan valid dan instrumen dapat digunakan untuk penelitian.

Sedangkan hasil uji validitas pada angket minat dengan jumlah soal 18 butir. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil $r_{xy} = 0,632 >$ dari $r_{tabel} = 0,349$, karena r hitung $>$ dari r tabel maka instrumen tersebut dikatakan valid dan instrumen dapat digunakan untuk penelitian.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan pada taraf signifikansi 5% dengan $n = 32$ diperoleh $r_{tabel} = 0,349$ dan hasil perhitungan reliabilitas instrumen tes pada angket persepsi diperoleh $r_{11} = 0,763 > r_{tabel} = 0,349$, sedangkan hasil perhitungan reliabilitas instrumen pada angket minat diperoleh $r_{11} = 0,788 > r_{tabel} = 0,349$, maka instrumen penelitian tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

Data angket yang diperoleh dari sampel sebanyak 137 siswa kelas XII di 7 SMK Tata Kecantikan yang ada di Jawa Tengah untuk variabel (X) persepsi terhadap *beauty vlogger*. Butir pernyataan berjumlah 16 dengan 4 skala jawaban. Data diolah menggunakan bantuan SPSS versi 21.

Berdasarkan data persepsi siswa SMK tentang *beauty vlogger* diatas, bahwa dari 137 sampel memperoleh mean 50,2993, standar deviasi 4,88450. Jumlah skor maximum 60,00 dan minimum 36,00 untuk sum yaitu 6891,00.

Selanjutnya untuk mengetahui kecenderungan variabel persepsi siswa SMK tentang *beauty vlogger* dengan menghitung nilai mean ideal (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi), rumusnya adalah:

Mean Ideal (Mi) = $\frac{1}{2}$ (nilai maksimal ideal + nilai minimal ideal)

Standar Deviasi (SDi) = $\frac{1}{6}$ (nilai maksimal ideal – nilai minimal ideal). Rumus diatas, nilai maksimal diperoleh dari jumlah butir soal variabel persepsi yaitu 16 pernyataan dikalikan dengan skor jawaban tertinggi yaitu 4, jadi diperoleh nilai maksimal 64. Untuk nilai minimal ideal variabel persepsi diperoleh dari 16 butir pernyataan dikalikan dengan skor terendah jawaban yaitu 1, sehingga diperoleh nilai minimal ideal 16.

Berdasarkan tabel kecenderungan skor persepsi siswa tentang *beauty vlogger*, menunjukkan bahwa pada variabel persepsi siswa SMK Tata Kecantikan tentang *beauty vlogger* dengan hasil 4,37% siswa memiliki persepsi baik. Hal ini berarti bahwa sebagian besar dari siswa SMK jurusan Tata Kecantikan memiliki anggapan serta ketertarikan yang baik tentang video ataupun konten yang disampaikan oleh *beauty vlogger*.

Hasil pengambilan data melalui angket di 7 SMK Jurusan Tata Kecantikan terhadap 137 siswa dengan butir sebanyak 18 pernyataan dengan 4 pilihan jawaban dapat diketahui bahwa minat siswa ke SMK untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi memiliki rerata (mean) 52,12. Untuk standar deviasi berjumlah 94,94 dan sum sebesar 71,41. Untuk nilai maksimum sebesar 68,00 sedangkan minimum 29,00.

Kemudian untuk mengetahui kecenderungan skor variabel (Y) minat siswa SMK Tata Kecantikan melanjutkan ke Perguruan Tinggi dengan menghitung nilai mean ideal (Mi) dan standar deviasi (SDi) dengan rumus sebagai berikut:

Mean Ideal (Mi) = $\frac{1}{2}$ (nilai maksimal ideal + nilai minimal ideal)

Standar Deviasi (SDi) = $\frac{1}{6}$ (nilai maksimal ideal – nilai minimal ideal)

Berdasarkan rumus di atas, nilai maksimal ideal diperoleh dari jumlah butir soal variabel minat yaitu sebanyak 18 butir dikalikan dengan skor jawaban tertinggi yaitu 4, sehingga diperoleh nilai maksimal adalah 72. Adapun nilai minimal ideal diperoleh dari jumlah butir soal variabel minat yaitu butir dikalikan dengan skor jawaban terendah yaitu 1 sehingga diperoleh nilai minimal ideal adalah 18. Setelah itu, dapat dilakukan penghitungan dengan hasil mean ideal (Mi) berjumlah 45 dan standar deviasi ideal (SDi) berjumlah 9.

Cara menentukan interval skor yaitu dengan mencari range (jarak) antara nilai maksimal dan nilai minimal terlebih dahulu, yang kemudian hasilnya dibagi 4. Agar lebih jelas maka disajikan tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Skor Kecenderungan Minat

Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
72 keatas	0	0	Sangat tinggi
58,5-71	41	29,92	Tinggi
45-58,4	84	61,31	Cukup
31,5-44	27	19,70	Kurang

Menurut tabel diatas diketahui bahwa 19,70% siswa masuk pada kategori minat melanjutkan yang kurang. Sedangkan 29,92 siswa masuk pada kategori tinggi, dan 61,31% siswa masuk pada kategori cukup berminat. Hal ini berarti bahwa minat siswa untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi cukuplah tinggi.

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi > nilai signifikansi 0,05. Perhitungan uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh *Kolmogorov Smirnov* (K-S) sebesar 0,230 atau 23,0%. Karena signifikansi 0,230 > 0,05, oleh karena itu dapat disimpulkan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Linieritas

Berdasarkan uji statistik dengan SPSS Statistic 21, memberikan hasil bahwa nilai R Square yaitu 0,097, sedangkan banyak n (responden) pada penelitian ini ada 137 responden. Jadi, akan menghasilkan c2 hitung sebesar $137 \times 0,097 = 13,289$, hasil c2 hitung akan dibandingkan dengan c2 tabel dengan df=137 dan tingkat signifikansi 0,05 didapat nilai c2 pada tabel Critical Values of the Chi-Square Distribution sebesar 157.610. Oleh karena itu nilai c2 hitung lebih kecil dari nilai c2 tabel maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berbentuk linear. Dari hasil uji linearitas dapat diketahui data mempunyai hubungan linear antara variabel dependen dan variabel independent.

3. Uji Hipotesis (Regresi Linier Sederhana)

Pengujian hipotesis pengaruh *beauty vlogger* terhadap minat siswa SMK Tata Kecantikan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi menggunakan analisis regresi sederhana. Teknik ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel X yaitu persepsi siswa SMK Tata Kecantikan tentang *beauty vlogger* dengan variabel Y yaitu minat melanjutkan ke Perguruan Tinggi.

Tabel 3. Kecenderungan Minat Siswa SMK Tata Kecantikan Melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,311a	,097	,090	9,05777

Menurut tabel diatas diketahui bahwa 19,70% siswa masuk pada kategori minat melanjutkan yang kurang. Sedangkan 29,92 siswa masuk pada kategori tinggi, dan 61,31% siswa masuk pada kategori cukup berminat. Hal ini berarti bahwa minat siswa untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi cukuplah tinggi.

Perhitungan analisis regresi sederhana menggunakan SPSS memberikan hasil pada bagian tabel model summary R=0,311 yang artinya koefisien korelasi sebesar 0,311. R square 0,097 yang menunjukkan angka koefisien determinasi (R^2), artinya variansi dalam minat dapat dijelaskan oleh persepsi melalui model sebesar 09,7% dan sisanya berasal dari variabel lain. Adjust R square 0,090 maknanya sama dengan R square hanya saja Adjusted R square nilainya lebih stabil karena sudah disesuaikan dengan variabel bebasnya. Standard error of the estimate 9,05777 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 $Y = 21,726 + 0,604 X$.

Untuk menguji koefisien garis dapat dilihat pada kolom t dan sig. Hasil pengujian ditemukan nilai t hitung sebesar 3,801 dengan sig.= 0,000. Oleh karena sig<0,05 maka H_0 ($\beta=0$) ditolak yang artinya persepsi siswa SMK Tata Kecantikan tentang *beauty vlogger* berpengaruh positif terhadap minat siswa SMK untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa persepsi siswa SMK terhadap *beauty vlogger* mendapatkan tanggapan baik dari para siswa. Seperti pendapat yang telah dikemukakan oleh Bimo Walgito (1994:53), persepsi merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu.

Hasil penelitian pada angket minat menunjukkan bahwa persentase tertinggi yaitu siswa masuk pada kategori cukup berminat. Hal ini berarti bahwa minat siswa untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi cukuplah tinggi.

Hal tersebut menunjukkan bahwa siswa SMK Tata Kecantikan di Jawa Tengah setuju dengan minat untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi. Senada dengan definisi persepsi yang dikemukakan oleh Slameto

(2010:180), minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Berdasarkan analisis data diperoleh hasil bahwa H_0 ($\beta=0$) ditolak yang artinya persepsi siswa SMK Tata Kecantikan tentang beauty vlogger berpengaruh positif terhadap minat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Adanya faktor rasa pengalaman, tertarik, perhatian, harapan, kebutuhan, motivasi dan juga dukungan dari keluarga maupun sekolah menjadikan siswa berminat untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi.

SIMPULAN

Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki persepsi yang baik tentang beauty vlogger, hal ini berarti bahwa sebagian besar dari siswa SMK Negeri Jurusan Tata Kecantikan yang dijadikan sebagai sampel memiliki anggapan yang baik tentang video ataupun konten yang disampaikan oleh beauty vlogger, sedangkan dari segi minat menunjukkan hasil bahwa persentase tertinggi yaitu siswa termasuk dalam kategori cukup berminat.

Maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya beauty vlogger secara tidak langsung mempengaruhi minat siswa SMK Tata Kecantikan untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Anggita Firdausi. (2014). *Mengenal Minat Diri*. Diakses dari b112119.blogspot.com. pada tanggal 6 Februari 2014, jam 15.45 WIB.
2. Arikunto, Suharsimi. 2012. Dasar – dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
3. Bimo Walgito. (1994). Psikologi Sosial (Suatu Pengantar). Yogyakarta: Andi Offset.
4. Djali. (2008). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
5. Fischer, T. (2014). Makeup, youtube, and amateur media in the twenty-first century
6. Isbandi Rukmminto Adi. (1994). Psikologi, Pekerjaan Sosial dan Ilmu Kesejahteraan Sosial. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
7. Jalaluddin Rakhmat. (1985). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
8. Kaiamedia. “Pengertian Vlog”. 09 Maret 2018. <http://www.kaiamedia.com/2016/13/Pengertian-Vlog>
9. Muhibbin Syah. (2005). Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
10. Raf Knowledge. (2010). Video Blogging untuk Pemula. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
11. Sardiman A.M. (1996). Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar. Depok: Rajawali Pers.
12. Sarlito W. Sarwono & Eko A. Meinarno. (2009). Psikologi Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
13. Satria. “Apa itu pengertian vlog, singkatan dan kepanjangan vlog, arti vlogger, ngevlog, vlogging dan youtuber?”. Diakses dari www.blogbiasa.com. pada tanggal 09 maret 2018, jam 20:34 WIB.
14. Sarlito W. Sarwono & Eko A. Meinarno. (2009). Psikologi Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
15. Sociolla. “Pengertian Beauty Vlogger”. 08 Maret 2018. <https://journal.sociolla.com/bjglossary/beauty-vlogger/>, 2017).
16. Slameto. (2010). Belajar & Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
17. Sugihartono, dkk. (2007). Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press.
18. Sugiyono. (2012). Statistika untuk Penelitian. Bandung: ALFABETA.
19. Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: ALFABETA.
20. Wahyudin, A. (2005). Metodologi Penelitian Bisnis dan Pendidikan. Semarang: Unnes Press.
21. Whitherington. (1985). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Aksara Baru.
22. Wikipedia. “Beauty YouTubers”. 10 Maret 2018. jam 20:34 WIB