



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 10581-10596
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Preferensi Gaya *Makeup* di Kalangan Siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi

Keysha Farina Firdausi^{1✉}, Nurul Hidayah², Dwi Atmanto³

UNJ

Email: keyshafarinaf@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya makeup pada siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi. Dalam era digital saat ini, Tiktok menjadi salah satu platform yang sangat berpengaruh terhadap tren kecantikan di kalangan remaja, termasuk dalam hal penggunaan makeup. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik analisis regresi linear sederhana. Jumlah responden sebanyak 61 siswi yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert. Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara intensitas penggunaan Tiktok dengan preferensi gaya makeup ($r = 0,870$). Hasil uji T menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktok, maka semakin tinggi pula kecenderungan siswi untuk mengikuti tren gaya makeup tertentu yang sedang populer di platform tersebut. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi sekolah dan orang tua dalam memberikan pendampingan penggunaan media sosial secara bijak.

Kata Kunci: *Tiktok, Intensitas Media Sosial, Preferensi, Gaya Makeup, Remaja*

Abstract

This study aims to determine the influence of Tiktok social media usage intensity on makeup style preferences among female students at Sulthon Aulia Boarding School Bekasi. In today's digital era, Tiktok has become a highly influential platform in shaping beauty trends, especially among teenagers, including in the use of makeup. This research uses a quantitative approach with a survey method and simple linear regression analysis. A total of 61 students were selected through purposive sampling. The research instrument was a Likert scale-based questionnaire. The correlation test results show a very strong relationship between Tiktok usage intensity and makeup style preference ($r = 0,870$). The t-test results show a significance value of 0,000 ($<0,05$), indicating a significant effect between the two variables. Thus, it can be concluded that the higher the intensity of Tiktok usage, the greater the tendency of students to follow certain popular makeup trends on the platform. These findings are expected to serve as a reference for school and parents in guiding responsible social media usage.

Keywords: *Tiktok, Social Media Intensity, Preference, Makeup Style, Teenagers*

PENDAHULUAN

Penelitian Fauziyah et al (2021) menjelaskan bahwa dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan *makeup* tidak lagi terbatas pada kalangan dewasa atau profesional, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup remaja, khususnya siswi Sekolah Menengah Atas (SMA). Herni et al (2008:450) mendefinisikan *makeup* ialah suatu seni menghias wajah yang bertujuan untuk memperindah dan mempercantik penampilan wajah. Tata rias wajah dengan teknik *makeup* yang benar akan dapat menutupi beberapa kekurangan yang ada pada wajah dan membuat penampilan wajah akan terlihat *fresh*. Menurut (Elianti & Pinasti, 2018), *makeup* dipandang bukan hanya sebagai alat untuk mempercantik penampilan, melainkan juga sebagai bentuk ekspresi diri dan peningkat rasa percaya diri. Marpaung et al (2024) pun menegaskan bahwa terdapat dua faktor utama yang mendorong siswi menggunakan *makeup* ke sekolah, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari motivasi pribadi tanpa adanya pengaruh luar, seperti keinginan untuk menutupi kekurangan pada wajah dan meningkatkan kepercayaan diri. Sementara itu, faktor eksternal meliputi pengaruh dari lingkungan sekitar seperti media sosial, keluarga, dan teman sebaya.

Menurut Jakpat per tahun 2023, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas perempuan di Indonesia menganggap penggunaan *makeup* sebagai hal yang penting, terutama bagi mereka yang memiliki pekerjaan. Sebanyak 54% pelajar dan 69% pekerja menganggap *makeup* penting, dibandingkan dengan 47% dari mereka yang tidak bekerja. Di era modern ini, *makeup* bukan lagi sekedar menutupi kekurangan, tetapi juga tentang

self-expression dan kreativitas. Dengan memahami teknik *makeup* yang tepat, segala upaya untuk mempercantik diri dapat terwujud sesuai keinginan.

Preferensi gaya *makeup* adalah pada kecenderungan atau pilihan individu dalam memilih jenis, tampilan, atau gaya riasan wajah yang sesuai dengan selera, kenyamanan, dan identitas diri. Gaya *makeup* di kalangan siswi SMA lebih menekankan pada kecantikan alami. Siswi dinilai lebih suka tampil dengan penampilan yang minim dan seolah-olah tak menggunakan *makeup* sama sekali. Siswi menggunakan produk kecantikan untuk menyempurnakan kulit dan menyoroti fitur-fitur alami, bukan untuk mengubah penampilan secara drastis. Gaya *makeup* yang cocok dan sesuai dengan aturan yang berlaku untuk digunakan siswi SMA yaitu gaya *makeup* natural. Kalangan siswi SMA yang kini didominasi oleh Generasi Z, menurut Maybelline Indonesia dan Cosmopolitan Indonesia, gaya *makeup* natural yang menjadi tren dan favorit di kalangan remaja SMA ialah *Igari Makeup*, *Clean Makeup* dan *Strawberry Makeup*. gaya *makeup* yang populer di media sosial Tiktok yang cenderung menampilkan kesan natural dan minimalis, seperti *clean makeup*, *igari makeup*, dan *strawberry makeup*. Persamaan yang jelas dari ketiga gaya *makeup* ini ialah menampilkan riasan yang cantik, natural dan tidak berlebihan.

Preferensi gaya *makeup* dapat dipengaruhi oleh tren atau referensi dari luar seperti media sosial. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa media sosial adalah platform yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video, dan informasi dengan orang lain. Fenomena meningkatnya minat terhadap *makeup* tidak dapat dipisahkan dari media sosial, terutama Tiktok, yang kini menjadi platform utama penyebaran tren kecantikan. Tiktok memungkinkan penggunaanya untuk berbagi tutorial, tips, dan ulasan produk kecantikan secara cepat dan luas. Faktor-faktor yang memengaruhi preferensi seseorang meliputi kepercayaan terhadap sumber informasi, tingkat kepuasan, pengalaman sebelumnya, serta persepsi terhadap kepentingan penampilan (Arifin et al., 2022).

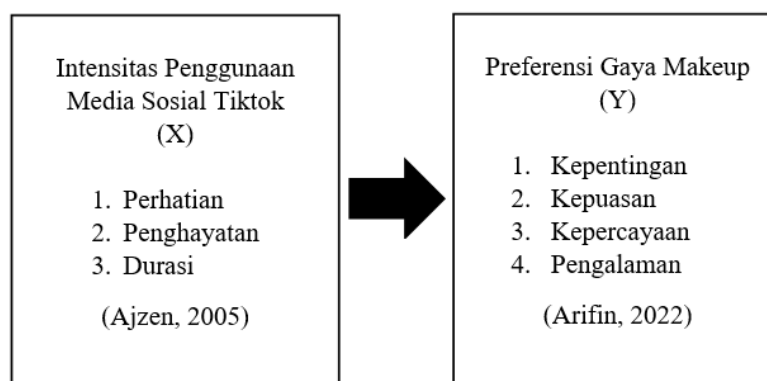
Menurut Ajzen (2005), intensitas dapat diartikan sebagai tingkat upaya atau frekuensi yang dicurahkan oleh individu dalam menjalankan aktivitas tertentu. Intensitas penggunaan media sosial Tiktok menunjukkan seberapa sering dan berapa lama seseorang, dalam hal ini termasuk siswi, mengakses serta menggunakan media sosial Tiktok. Tiktok telah membuka pintu bagi representasi yang lebih luas dalam industri kecantikan. Pengguna Tiktok dapat dengan mudah menemukan berbagai konten tentang tips kecantikan, tutorial *makeup*, serta informasi terkait perawatan diri. Tanpa disadari, konten-konten tersebut bisa menjadi sumber pengetahuan bagi yang mendalami bidang kecantikan. Intensitas

penggunaan Tiktok oleh siswi mencakup aspek perhatian, penghayatan, dan durasi waktu yang dihabiskan untuk mengakses konten, termasuk konten *makeup*.

SMA Sulthon Aulia *Boarding School* dijadikan sebagai lokasi penelitian didasarkan pada wawancara dengan para tenaga kerja pendidik bahwa mayoritas peserta didik berada dalam kategori usia Gen Z serta memiliki tingkat intensitas yang tinggi dalam mengakses media sosial, khususnya TikTok dan para siswi menyukai *makeup*. Selain itu, sistem pendidikan berbasis asrama turut membentuk pola interaksi sosial dan kebiasaan konsumsi media digital di lingkungan sekolah tersebut. Oleh karena itu, peserta didik di SMA Sulthon Aulia *Boarding School* dinilai layak mewakili karakteristik Generasi Z dalam mengkaji pengaruh intensitas media sosial TikTok terhadap preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia *Boarding School* Bekasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia *Boarding School* Bekasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi bagi sekolah dan orang tua dalam memberikan pendampingan penggunaan media sosial secara bijak.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini "Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia *Boarding School* Bekasi" .



Hipotesis Penelitian

Hipotesis Umum (Ha) : Terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia *Boarding School* Bekasi.

Hipotesis Nol (Ho) : Tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia *Boarding School* Bekasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei korelasional untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap preferensi gaya makeup di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antar variabel secara objektif dan sistematis melalui data numerik. Menurut Sugiyono (2020), pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori dengan mengukur variabel-variabel penelitian secara statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Senada dengan itu, Creswell (2012) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena sosial melalui analisis data berbasis angka secara sistematis dan terstruktur. Sementara itu, Ary, Jacobs, dan Sorensen (2010) mengemukakan bahwa metode survei korelasional sangat tepat digunakan ketika peneliti ingin mengetahui sejauh mana hubungan dua atau lebih variabel dalam suatu populasi tanpa melakukan manipulasi variabel secara langsung.

Penelitian ini dilakukan di SMA Sulthon Aulia Boarding School selama periode Juni hingga Juli 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswi SMA tersebut. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria bahwa responden merupakan siswi aktif yang menggunakan aplikasi TikTok dan juga terbiasa menggunakan makeup dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 61 siswi sebagai responden penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner daring (online) dengan skala Likert 1 sampai 5. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur dua variabel utama, yaitu intensitas penggunaan media sosial TikTok yang mencakup aspek perhatian, penghayatan, dan durasi, serta preferensi gaya makeup yang terdiri atas aspek kepentingan, kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman. Instrumen ini terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa alat ukur tersebut dapat digunakan secara sah dan konsisten.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis korelasi Pearson Product Moment untuk melihat hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan preferensi gaya makeup. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linear sederhana guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum itu, dilakukan uji prasyarat analisis berupa uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan uji linearitas melalui uji ANOVA. Uji hipotesis dilakukan dengan uji T secara parsial. Hasil dari analisis regresi ditafsirkan dengan melihat nilai koefisien determinasi (R^2) sebagai

indikator seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Data

Penelitian ini mengumpulkan dan menganalisis data dari 61 responden untuk menggambarkan karakteristik siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School. Mayoritas responden berusia 15 tahun sebanyak 8 orang (15%), diikuti usia 16 tahun sebanyak 17 orang (27%), usia 17 tahun sebanyak 18 orang (29%), dan 18 tahun sebanyak 18 orang (29%). Hal ini menunjukkan siswi didominasi oleh Generasi Z yang aktif media sosial dan terbuka terhadap tren digital. Responden kelas X terdapat 18 orang (29%), responden kelas XI terdapat 18 orang (29%), dan kelas XII terdapat 25 orang (42%).

Deskripsi Variabel Penelitian

Data Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok

Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok (X) menggunakan instrument penelitian yang terdiri dari 15 pertanyaan yang telah tervalidasi dan reliabel. Instrumen ini terbagi dalam 3 aspek yaitu Perhatian, Frekuensi dan Durasi. Aspek tersebut saling terhubung dengan informasi mengenai media sosial Tiktok yang telah dikumpulkan melalui jawaban kuesioner. Dengan menggunakan skala Likert 1-5 sebagai dasar kuesioner, data yang telah dikumpulkan terdapat 61 responden dan dari hasil analisis data yang ditemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial Tiktok (X) mendapatkan jumlah skor 3441, dengan skor minimum 32, maksimum 71, dan rata-rata 39 yang diperoleh dari data kuesioner tersebut. Standar deviasi 10.58360 dan varian dengan skor 112.013. Berikut hasil data yang telah dihitung terdapat pada tabel dibawah ini.

Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok	
N	61
Mean	56,40
Median	60
Mode/Modus	60
Standar Deviasi	10.58360
Varian	112.013
Range	39

Minimum	32
Maksimum	71
SUM / Jumlah	3441

Sumber : *SPSS*

Berdasarkan tabel distribusi dari sebaran hasil uji deskriptif data instrumen intensitas penggunaan media sosial Tiktok sebagai berikut :

NO	PERNYATAAN	STS	TS	RR	S	SS	JUMLAH RESPONDEN
		1	2	3	4	5	
1.	X1 (Perhatian)	1	9	6	16	29	61
2.	X2 (Perhatian)	1	6	4	24	26	61
3.	X3 (Perhatian)	1	5	12	23	20	61
4.	X4 (Perhatian)	2	10	10	23	16	61
5.	X5 (Perhatian)	3	7	10	26	15	61
JUMLAH		8	37	42	112	106	305
6.	X6 (Penghayatan)	5	5	9	17	25	61
7.	X7 (Penghayatan)	6	5	12	18	20	61
8.	X8 (Penghayatan)	3	3	15	24	16	61
9.	X9 (Penghayatan)	2	8	8	19	24	61
10.	X10 (Penghayatan)	4	12	11	23	11	61
JUMLAH		20	33	55	101	96	305
11.	X11 (Durasi)	3	6	15	24	13	61
12.	X12 (Durasi)	1	10	11	20	19	61
13.	X13 (Durasi)	4	11	13	20	13	61
14.	X14 (Durasi)	4	7	11	18	21	61
15.	X15 (Durasi)	4	5	8	26	18	61
JUMLAH		16	39	58	108	84	305

Sumber : *SPSS*

Data Preferensi Gaya *Makeup*

Preferensi Gaya *Makeup* (Y) menggunakan instrumen penelitian yang terdiri dari 20 pertanyaan yang telah tervalidasi dan reliabel. Instrumen ini terbagi dalam 4 aspek yaitu Kepentingan, Kepuasan, Kepercayaan, dan Pengalaman. Aspek tersebut saling terhubung dengan informasi mengenai preferensi gaya *makeup* yang telah dikumpulkan melalui jawaban kuesioner. Dengan menggunakan skala Likert 1-5 sebagai dasar kuesioner, data yang telah dikumpulkan terdapat 61 responden dan dari hasil analisis data yang ditemukan

bahwa intensitas penggunaan media sosial Tiktok (X) mendapatkan jumlah skor 4834, dengan skor minimum 49, maksimum 95, dan rata-rata 46 yang diperoleh dari data kuesioner tersebut. Standar deviasi 12.81621 dan varian dengan skor 164.255. Berikut hasil data yang telah dihitung terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Data Preferensi Gaya Makeup

Preferensi Gaya Makeup	
N	61
Mean	79.24
Median	84
Mode/Modus	89
Standar Deviasi	12.81621
Varian	164.255
Range	46
Minimum	49
Maksimum	95
SUM / Jumlah	4834

Sumber : *SPSS*

Berdasarkan tabel distribusi dari sebaran hasil uji deskriptif data instrumen preferensi gaya *makeup* sebagai berikut :

NO	PERNYATAAN	STS	TS	RR	S	SS	JUMLAH RESPONDEN
		1	2	3	4	5	
1.	Y1 (Kepentingan)	3	5	9	21	23	61
2.	Y2 (Kepentingan)	1	4	6	30	20	61
3.	Y3 (Kepentingan)	2	4	6	27	22	61
4.	Y4 (Kepentingan)	3	8	15	17	18	61
5.	Y5 (Kepentingan)	2	4	7	23	25	61
	JUMLAH	11	25	49	118	108	305
6.	Y6 (Kepuasan)	2	4	11	31	13	61
7.	Y7 (Kepuasan)	1	5	12	21	22	61
8.	Y8 (Kepuasan)	3	3	9	29	17	61
9.	Y9 (Kepuasan)	3	7	10	20	21	61
10.	Y10 (Kepuasan)	2	2	8	28	21	61
	JUMLAH	11	21	70	129	94	305
11.	Y11 (Kepercayaan)	1	5	8	21	26	61

12,	Y12 (Kepercayaan)	2	3	13	24	19	61
13,	Y13 (Kepercayaan)	3	4	9	19	26	61
14.	Y14 (Kepercayaan)	2	4	6	25	24	61
15.	Y15 (Kepercayaan)	1	5	9	28	18	61
	JUMLAH	9	21	45	117	113	305
16.	Y16 (Pengalaman)	1	7	9	26	18	61
17.	Y17 (Pengalaman)	2	4	6	28	21	61
18.	Y18 (Pengalaman)	2	3	10	23	23	61
19.	Y19 (Pengalaman)	2	2	6	28	23	61
20.	Y20 (Pengalaman)	1	3	15	20	22	61
	JUMLAH	8	19	46	125	107	305

Sumber : *SPSS*

Uji Instrumen

Uji Validitas

Item Pertanyaan	Hasil Uji Validitas		Nilai r-tabel	Keterangan
	Sig.	r-hitung		
X1.1	0.000	0.807	0.374	Valid
X1.2	0.000	0.885	0.374	Valid
X1.3	0.000	0.689	0.374	Valid
X1.4	0.000	0.890	0.374	Valid
X1.5	0.000	0.908	0.374	Valid
X2.1	0.000	0.789	0.374	Valid
X2.2	0.000	0.835	0.374	Valid
X2.3	0.000	0.672	0.374	Valid
X2.4	0.000	0.899	0.374	Valid
X2.5	0.000	0.797	0.374	Valid
X3.1	0.000	0.642	0.374	Valid
X3.2	0.000	0.751	0.374	Valid
X3.3	0.000	0.652	0.374	Valid
X3.4	0.000	0.751	0.374	Valid
X3.5	0.000	0.872	0.374	Valid
X3.6	0.000	0.337	0.374	Tidak Valid
X3.7	0.000	0.189	0.374	Tidak Valid
X3.8	0.000	0.018	0.374	Tidak Valid

Sumber : Penulis

Berdasarkan tabel di atas variabel intensitas penggunaan media sosial Tiktok (X) memiliki r hitung > r tabel yang berjumlah 0,374 dinyatakan valid.

Item Pertanyaan	Hasil Uji Validitas		Nilai r-tabel	Keterangan
	Sig.	r-hitung		
Y1.1	0.000	0.771	0.374	Valid
Y1.2	0.000	0.737	0.374	Valid
Y1.3	0.000	0.676	0.374	Valid
Y1.4	0.000	0.906	0.374	Valid
Y1.5	0.000	0.847	0.374	Valid
Y1.6	0.000	0.003	0.374	Tidak Valid
Y1.7	0.000	0.129	0.374	Tidak Valid
Y2.1	0.000	0.762	0.374	Valid
Y2.2	0.000	0.845	0.374	Valid
Y2.3	0.004	0.513	0.374	Valid
Y2.4	0.000	0.761	0.374	Valid
Y2.5	0.000	0.726	0.374	Valid
Y3.1	0.000	0.786	0.374	Valid
Y3.2	0.000	0.848	0.374	Valid
Y3.3	0.000	0.915	0.374	Valid
Y3.4	0.000	0.822	0.374	Valid
Y3.5	0.000	0.755	0.374	Valid
Y4.1	0.000	0.887	0.374	Valid
Y4.2	0.000	0.856	0.374	Valid
Y4.3	0.000	0.848	0.374	Valid
Y4.4	0.000	0.902	0.374	Valid
Y4.5	0.000	0.833	0.374	Valid
Y4.6	0.000	0.080	0.374	Tidak Valid
Y4.7	0.000	0.199	0.374	Tidak Valid

Sumber : Penulis

Berdasarkan tabel di atas variabel preferensi gaya *makeup* (Y) memiliki r hitung > r tabel yang berjumlah 0,374 dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Batas Nilai	Keterangan
Variabel X1	0.887	0.7	Reliabel
Variabel X2	0.847	0.7	Reliabel
Variabel X3	0.871	0.7	Reliabel
Variabel Y1	0.899	0.7	Reliabel
Variabel Y2	0.756	0.7	Reliabel
Variabel Y3	0.879	0.7	Reliabel
Variabel Y4	0.945	0.7	Reliabel

Sumber : Penulis

Berdasarkan tabel diatas, diketahui hasil uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena masing-masing memiliki nilai di atas batas minimum 0.7. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X1 sebesar 0.887, X2 sebesar 0.847, dan X3 sebesar 0.871. Sementara itu, variabel Y1 memperoleh nilai 0.899, Y2 sebesar 0.756, Y3 sebesar 0.879, dan Y4 sebesar 0.945. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

Uji Prasyarat Analisis

Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19.797	4.455		4.443	.000
	TOTAL_X	1.054	.078	.870	13.572	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : SPSS

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	N	61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.31248980
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.063
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.681e
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : SPSS

Uji Linearitas

ANOVA Table							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
TOTAL_Y * TOTAL_X	(Combined)	8780,095	30	292,670	8,166	0,000	
	Between Groups	Linearity	7464,460	1	7464,460	208,269	0,000
		Deviation from Linearity	1315,635	29	45,367	1,266	0,262
	Within Groups		1075,217	30	35,841		
Total		9855,311	60				

Sumber : SPSS

Koefisiensi Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870a	.757	.753	6.36576
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Uji Hipotesis

Uji Korelasi

Correlations			
		TOTAL_X	TOTAL_Y
VARIABEL X	Pearson Correlation	1	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	61	61
VARIABEL Y	Pearson Correlation	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	61	61

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : SPSS

Uji T

	Model			T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	19.797	4.455	4.443	0.000
	TOTAL_X	1.054	.078	13.572	0.000

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok dengan preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi. Hal ini terlihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,757, yang berarti bahwa 75,7% variasi preferensi gaya *makeup* siswi dipengaruhi oleh intensitas penggunaan Tiktok, sementara 24,3% siswanya dipengaruhi oleh factor lain seperti teman sebaya, keluarga, budaya sekolah, atau akses terhadap produk kosmetik.

Penelitian ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan dan mendukung teori interaksionisme simbolik, bahwa media sosial seperti Tiktok menjadi sarana penting dalam pembentukan makna dan ekspresi diri, khususnya dalam hal penampilan dan kecantikan. Siswi yang aktif menggunakan Tiktok cenderung lebih sering terpapar berbagai konten *makeup*, baik berupa tutorial, *review* produk, maupun tren gaya rias terbaru. Hal ini pada akhirnya membentuk preferensi pribadi terhadap gaya *makeup* tertentu.

Gaya *makeup* yang ditampilkan di Tiktok seperti *Igari Makeup*, *Clean Makeup*, dan

Strawbery Makeup menjadi contoh gaya yang banyak ditiru oleh remaja Gen Z termasuk siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School. Gaya ini identik dengan tampilan natural, *fresh*, dan *soft*, yang secara umum masih sesuai dengan aturan sekolah yang tidak memperbolehkan penggunaan *makeup* secara berlebihan. Meskipun demikian, hasil observasi awal menunjukkan masih ada siswi yang melampaui batasan aturan, seperti menggunakan *eyeliner*, *contour*, atau bulu mata palsu. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas paparan konten Tiktok tidak hanya mempengaruhi preferensi tetapi juga perilaku aktual penggunaan *makeup* siswi.

Jika dikaitkan dengan judul penelitian, yaitu "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Preferensi Gaya Makeup Di Kalangan Siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi", maka dapat disimpulkan bahwa tingginya frekuensi dan durasi penggunaan Tiktok yang dilakukan oleh siswi secara langsung berkorelasi positif dengan minat serta pilihan mereka terhadap jenis gaya *makeup* tertentu. Semakin sering dan intens siswi mengakses Tiktok, semakin besar peluang siswi menemukan inspirasi-inspirasi *makeup* baru yang mempengaruhi selera dalam merias wajah. Hal ini menjelaskan mengapa siswi di lingkungan *boarding school* yang *notabene* memiliki aturan ketat, tetap menunjukkan preferensi *makeup* yang bervariasi dan cenderung mengikuti tren dari media sosial.

Seluruh aspek dari variabel intensitas (perhatian, penghayatan, dan durasi) terbukti memiliki kontribusi besar terhadap pembentukan preferensi *makeup*. Misalnya, aspek perhatian menjelaskan bagaimana siswi lebih memilih membuka Tiktok dibanding platform lain karena konten *makeup*nya dianggap menarik. Aspek penghayatan menggambarkan bahwa siswi tidak hanya sekedar menonton, tetapi juga mengikuti akun *beauty influencer*, menyukai dan menyimpan konten sebagai referensi, serta mencoba sendiri teknik *makeup* yang ditonton. Aspek durasi menunjukkan bahwa semakin lama waktu yang dihabiskan untuk menonton konten *makeup*, semakin besar pengaruhnya terhadap peniruan dan pembentukan gaya *makeup* pribadi.

Sementara itu, aspek preferensi *makeup* seperti kepentingan, kepercayaan, kepuasan, dan pengalaman menjelaskan bahwa siswi merasa *makeup* penting untuk menunjang kepercayaan diri. Siswi juga mempercayai tutorial dan saran dari *beauty content creator* di TikTok, merasa puas setelah meniru gaya *makeup* tertentu, dan menjadikan pengalaman pribadi tersebut sebagai dasar dalam memilih gaya *makeup* yang paling sesuai dengan karakter dan situasi sekolah.

Temuan ini juga memperkuat data dari IDN Research Institute bahwa siswi SMA yang

didominasi oleh Gen Z memiliki karakteristik sebagai digital native, yang sangat aktif dalam mengakses media sosial dan sangat mudah terpengaruh oleh tren digital. Oleh karena itu, TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan bagi siswi, tetapi juga media utama dalam memperoleh informasi seputar kecantikan dan gaya hidup.

Penelitian ini penting karena dilakukan di lingkungan *boarding school* yang berbasis religius, dimana aturan dan tata tertib cukup ketat, termasuk dalam hal penampilan. Namun, meskipun berada dalam lingkungan yang dibatasi, siswi tetap menunjukkan preferensi gaya *makeup* yang dipengaruhi oleh media sosial. Ini menjadi catatan penting bagi pihak sekolah dan orang tua agar dapat memberikan edukasi seimbang antara ekspresi diri dan kesesuaian norma, serta pembinaan dalam literasi digital dan penggunaan media sosial secara bijak.

Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi pendidikan karakter, terutama dalam menghadapi tantangan zaman digital yang menawarkan kebebasan berekspresi namun tetap perlu diarahkan agar sesuai dengan nilai-nilai lokal dan institusional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial Tiktok memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi terhadap preferensi gaya *makeup* pada siswi SMA Sulthon Boarding School. Hal ini diperkuat oleh hasil uji statistik yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung sebesar 13,572 lebih besar dari t-tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktok (meliputi perhatian, penghayatan dan durasi), baik dari segi frekuensi akses, lama waktu penggunaan, maupun perhatian maupun perhatian pengguna, berkorelasi dengan semakin kuatnya kecenderungan siswi untuk memilih dan mengikuti tren gaya *makeup* tertentu yang sedang populer di Tiktok.

Media sosial Tiktok bukan hanya menjadi hiburan, namun telah menjadi referensi gaya hidup dan kecantikan bagi siswi, khususnya remaja SMA yang mulai aktif membentuk identitas diri melalui tampilan fisik

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., Al Farisi, M. S., & Herawati, E. (2022). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah. *Jurnal Neraca Peradaban*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55182/jnp.v2i1.86>
- Ary, D., Jacobs, L. C., & Sorensen, C. (2010). *Introduction to research in education* (8th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Pearson Education.
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3), 1–18. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/12536>
- Fauziah, I., Eskasasnanda, I. D. P., Sukamto, S., Towaf, S. M., Uzma, R. A., & Azzahroh, P. M. (2021). Penggunaan kosmetika sebagai bentuk penyesuaian diri dan identitas remaja Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Malang Kota Malang. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHIS)*, 1(9), 1027–1032. <https://doi.org/10.17977/um063v1i9p1027-1032>
- Herni kusantati dkk. (2022). Analisis kelayakan pembiayaan pada PT. BPR SYARIAH. *Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar Dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional*, 487.
- Izek Ajzen. (1991). Attitudes, Personality, And Behavior. In *Medical Teacher* (Vol. 13, Issue 4, pp. 273–279).
- Keller, Kevin, L., & Kotler, P. (2016). Marketing Management. In *Pearson Education*.
- Marpaung, M. T., & Supsiloani. (2024). Fenomena Penggunaan Make Up di Lingkungan Sekolah Terhadap Proses Belajar Mengajar. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9 (1)(1), 16–22.
- Maybelline. (2024). Igari Makeup. <https://www.maybelline.co.id/makeup-tips/all-makeup-tips/apa-itu-igari-makeup-cek-penjelasan-dan-tutorialnya-di-sini#:~:text=>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.