

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELAJAR TATA RIAS WAJAH PADA MAHASISWA TATA RIAS DI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Vennas Amalla Binagdy

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
vennas.18007@mhs.unesa.ac.id

Octaverina Kecvara Pritasari¹, Arita Puspitorini², Nia Kusstianti³

Dosen Progam Studi Pendidikan Tata Rias, Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik,
Universitas Negeri Surabaya
octaverinakecvarapritasari@unesa.ac.id

Abstrak

Pada perkembangan IPTEK, ilmu pendidikan bisa didapatkan melalui media sosial dimana media sosial sangat marak digunakan hampir seluruh masyarakat, banyak informasi yang dibagikan khususnya pada tata rias wajah, sehingga dapat mempengaruhi minat belajar mahasiswa tata rias. Penelitian memiliki tujuan untuk : 1) mengetahui penggunaan media sosial mahasiswa tata rias di Universitas Negeri Surabaya. 2) mengetahui pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya. 3) mengetahui dampak positif dan negatif penggunaan medsos pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias di Universitas Negeri Surabaya. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu media sosial. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat belajar tata rias wajah. Variabel control penelitian ini adalah *instagram*, *tiktok* dan *youtube*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi dan angket yang dilakukan kepada mahasiswa tata rias Universitas Negeri Surabaya. Analisis data yang diterapkan pada penelitian ini menggunakan persentase dan korelasi *product-moment* dengan menggunakan SPSS Statistic 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) 100% mahasiswa menggunakan media sosial khususnya Instagram, tik tok dan youtube dengan prosentase youtube 48,4%, pengguna tiktok 48,3%, pengguna youtube 3,4%, dari hasil data tersebut disimpulkan bahwa mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 lebih menyukai aplikasi media sosial instagram dan tiktok untuk mengakses konten tata rias wajah. 2) terdapat pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya dengan hasil $r_{hitung}(0,403) > r_{tabel}(0,214)$ dengan taraf signifikasi 5% maka H_a diterima, dan Sig (2.-tailed) $0,002 > 0,01$ H_o ditolak. 3) penggunaan media sosial memberikan dampak positif terhadap minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya.

Kata kunci: Media Sosial, Minat Belajar, Tata Rias

Abstract

In the development of science and technology, education can be obtained through social media where social media is very widely used by almost the entire community, a lot of information is shared, especially on makeup, so that it can affect the interest in learning of cosmetology students. The research has the objectives to 1) determine the use of social media for cosmetology students at the State University of Surabaya. 2) determine the effect of the use of social media on the interest in learning makeup of cosmetology students for the 2020 and 2021 batches at the State University of Surabaya. 3) knowing the positive and negative impact of using social media on interest in learning makeup students at the State University of Surabaya. This type of research is descriptive quantitative. The independent variable in this study is social media. The dependent variable in this study is interested in learning makeup. The control variables of this study were Instagram, TikTok, and YouTube. The method of data collection in this study is observation and questionnaires conducted on students of the State University of Surabaya cosmetology. The data analysis applied in this study used the percentage and product-moment correlation using SPSS Statistic 25. The results showed that 1) 100% of students used social media, especially Instagram, TikTok, and youtube with the percentage of youtube 48.4%, TikTok users 48.3%, and youtube users 3.4%, from the results of the data it was concluded that the 2020 and 2021 cosmetology students preferred the Instagram and Tiktok social media applications to access makeup content. 2) there is an influence of the use of social media on interest in learning makeup students of cosmetology class 2020 and 2021 at the State University of Surabaya with the results $r_{count}(0.403) > r_{(table)}(0.214)$ with a significance level of 5% then H_a is accepted, and Sig (2.-tailed) $0.002 > 0.01$ H_o is rejected. 3) the use of social media has a positive impact on interest in learning facial makeup in cosmetology students' classes of 2020 and 2021 at the State University of Surabaya.

Keywords: Social Media, Interest in Learning, Makeup

PENDAHULUAN

IPTEK berkembang pesat sehingga dapat mempengaruhi berbagai aspek salah satunya ilmu pendidikan. Ilmu pendidikan menurut KBBI, yaitu ilmu tentang suatu bidang yang logis dan bersistematika untuk menjelaskan masalah dalam pengetahuan. Ilmu pendidikan bisa didapat melalui berbagai tempat dan dimana saja tidak harus didapatkan melalui sekolah formal maupun non formal, namun dapat diperoleh melalui perkembangan IPTEK salah satunya media sosial. Media sosial sekarang ini sudah sangat meluas dan dipergunakan untuk segala macam kegiatan. Platform media sosial banyak mengandung berbagai macam berita atau informasi diberbagai bidang, salah satunya ilmu bidang kecantikan.

Ilmu bidang kecantikan merupakan ilmu yang mempelajari tentang kecantikan yaitu tata rias wajah, perawatan kulit dan rambut, sanggul dan lain sebagainya. Menurut Maspiyah (2016 : 76), tata rias wajah merupakan seni yang mempelajari tentang kecantikan, dengan melakukan koreksi pada wajah dengan menggunakan kosmetik, guna menyempurnakan bagian wajah yang kurang sempurna. Ilmu tata rias wajah atau *makeup* ini dibagikan oleh pengguna media sosial tidak hanya dibagikan oleh guru atau perias yang sudah ahli dalam bidangnya namun oleh beberapa selebgram dan pengguna media sosial juga berbagai teknik – teknik dalam merias wajah dasar hingga *trend* masa kini. Informasi tersebut dapat diakses oleh semua pengguna media sosial khususnya kalangan wanita remaja hingga dewasa, namun hal tersebut dapat menimbulkan dampak baik maupun buruk sehingga menimbulkan dampak pada minat belajar tata rias wajah.

Menurut Muhibbinsyah (dalam Simbolon,2014) minat yaitu suatu rasa ketertarikan atau condong kepada suatu hal dengan diikuti rasa keinginan yang besar. Minat belajar merupakan rasa tertarik terhadap sesuatu yang menyebabkan perubahan pada ilmu pengetahuan tanpa paksaan. Adanya ilmu tata rias wajah yang dibagikan di media sosial dapat menimbulkan rasa ketertarikan pengguna pada konten tata rias wajah yang dilihat. Rasa ketertarikan pada media sosial terkait konten tata rias dan durasi waktu penggunaan yang lama yang digunakan untuk mempelajari *makeup* di media sosial akan mendorong atau meningkatkan minat belajar tata rias wajah. Namun penggunaan media sosial oleh pengguna dalam mengakses konten tersebut

diasumsikan pengguna akan menerapkan ilmu tersebut dan berminat untuk mempelajari dan menjadikan sumber referensi belajar tata rias wajah atau hanya sekedar melihat saja sebagai hiburan, maka hal tersebut dapat berdampak positif maupun negatif khususnya pada mahasiswa tata rias.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis pada mahasiswa diketahui bahwa pengguna media sosial pada mahasiswa program studi S1 Pendidikan Tata Rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya 100% mahasiswa menggunakan media sosial, dengan persentase media sosial yang digunakan pada mahasiswa angkatan 2021 yaitu *Instagram* 34,7%, *tiktok* 45,8%, *youtube* 9,7%, *twitter* 9,7%, *pinterest* 0%, media sosial yang digunakan mahasiswa tata rias angkatan 2020 yaitu *Instagram* 45,45%, *tiktok* 46,96%, *youtube* 7,57%, *twitter* 0%, *pinterest* 0% dan 87,5% mahasiswa mengakses konten yang berkaitan dengan tata rias wajah atau *makeup*.

Berdasarkan hasil observasi tersebut penulis terinspirasi untuk meneliti tentang “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Belajar Tata Rias Wajah Mahasiswa Tata Rias Di Universitas Negeri Surabaya”. Oleh karena itu peneliti ingin merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana penggunaan media sosial mahasiswa tata rias di Universitas Negeri Surabaya ?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias di Universitas Negeri Surabaya ?
3. Bagaimana dampak positif dan negatif penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah?

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penggunaan media sosial pada mahasiswa tata rias di Universitas Negeri Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias di Universitas Negeri Surabaya.
3. Untuk mengetahui dampak positif dan negatif penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa tata rias di Universitas Negeri Surabaya.

Agar dalam pembahasan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka pembatasan yang akan penulis teliti adalah :

1. Media yang digunakan dibatasi menjadi 3 platform media sosial yaitu *Instagram*, *youtube* dan *tiktok*.
2. Penelitian dilakukan guna mengukur pengaruh media sosial pada minat belajar tata rias.
3. Sasaran penelitian ini adalah mahasiswa prodi S1 Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Surabaya angkatan 2020 dan 2021.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menerapkan analisis data statistik. Peneliti dalam melakukan penelitian kuantitatif terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data dan informasi dari sumber data, pada penelitian ini akan mendeskripsikan data dari pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya. Peneliti menggunakan variabel bebas (X) media sosial, variabel terikat (Y) minat belajar tata rias wajah, variable control pada penelitian ini adalah media sosial yaitu *instagram*, *tiktok* dan *youtube*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2022 hingga Juni 2022. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya dan sampel pada penelitian ini berjumlah 58 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi dan angket. Metode analisis penelitian data pada penelitian ini menggunakan persentase dan *korelasi product moment* dengan program IBM SPSS *Statistic 25*.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data dalam penelitian ini, pada permasalahan pertama untuk mengetahui data penggunaan media sosial pada mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya peneliti menggunakan rumus persentase dengan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Analisis data pada permasalahan kedua, guna mencari pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya peneliti menggunakan rumus *statistic product moment*, untuk menganalisis peneliti menggunakan bantuan program SPSS, program SPSS yang digunakan yaitu IBM SPSS *Statistics 25* dan berikut rumus *statistic product moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Analisis data pada permasalahan ketiga, untuk mencari dampak positif dan dampak negatif penggunaan medsos pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya menggunakan teknik analisis data persentase dengan rumus sebagai berikut :

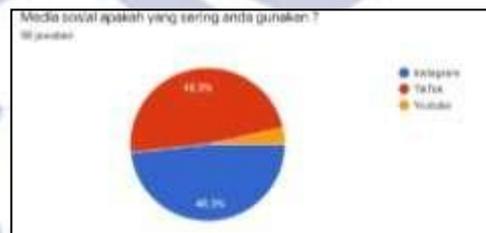
$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

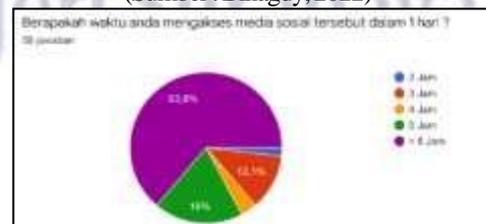
HASIL PENELITIAN

1. Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya

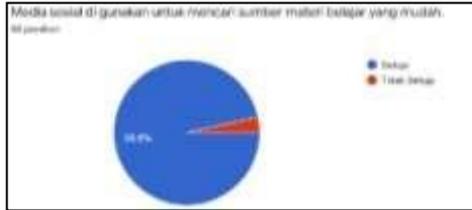
Penggunaan media sosial pada mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa 100% mahasiswa menggunakan media sosial khususnya *Instagram*, *tik tok* dan *youtube* dengan persentase pengguna *instagram* 48,4%, pengguna *tiktok* 48,3%, pengguna *youtube* 3,4%, maka disimpulkan bahwa mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 lebih menyukai aplikasi media sosial *instagram* dan *tiktok*. Hasil data lainnya menyatakan bahwa mahasiswa tersebut sering sekali menggunakan media sosial dengan waktu >6 jam untuk mengakses sumber informasi terkait tata rias wajah untuk dijadikan referensi dan sumber belajar sekaligus berdiskusi. Berikut data hasil penelitian :



Gambar 1. Diagram Lingkaran Media Sosial Yang Sering Digunakan (Sumber : Binagdy, 2022)



Gambar 2. Diagram Lingkaran Waktu Penggunaan Media Sosial (Sumber : Binagdy, 2022)



Gambar 3. Diagram Lingkar Data Media Sosial Sebagai Sumber Belajar (Sumber : Binagdy, 2022)

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Pada Minat Belajar Tata Rias Wajah Mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Surabaya

Correlations		
	Media_Sosial	Minat_Belajar
Media_Sosial	Pearson Correlation	.403**
	Sig. (2-tailed)	.002
	Sum of Squares and Cross-products	821.855 773.483
	Covariance	14.410 13.970
	N	58 58
Minat_Belajar	Pearson Correlation	.403**
	Sig. (2-tailed)	.002
	Sum of Squares and Cross-products	773.483 4478.224
	Covariance	13.970 78.960
	N	58 58

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

Gambar 4. Hasil SPSS (Sumber : Binagdy, 2022)

Penelitian pengaruh pemakaian media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 dilakukan penelitian dengan menggunakan angket, dimana hasil yang diperoleh dianalisa menggunakan korelasi product moment dengan program SPSS yaitu IBM SPSS Statistics 25.

Berdasarkan hasil yang diperoleh r_{hitung} 0,403 dengan Sig.(2-tailed) 0,002, $N = 58$ (taraf 1%), didapatkan $r_{tabel} = 0,214$. Sehingga hasil analisa tersebut yaitu $r_{hitung}(0,403) > r_{tabel} (0,214)$ dengan taraf signifikan 5% maka H_0 ditolak, dan Sig (2-tailed) $0,002 < 0,01$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021.

3. Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Minat Belajar Tata Rias Wajah Mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya

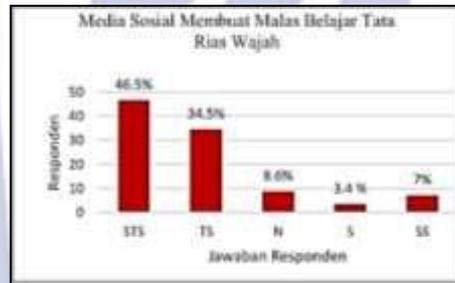
Pengunaan media sosial terhadap minat belajar tata rias wajah memberikan dampak bagi mahasiswa baik positif maupun negative, untuk mengukur dampak penggunaan media sosial terhadap minat

belajar tata rias wajah pada mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 menggunakan data angket dan dilakukan prosentase dari hasil data dari responden.

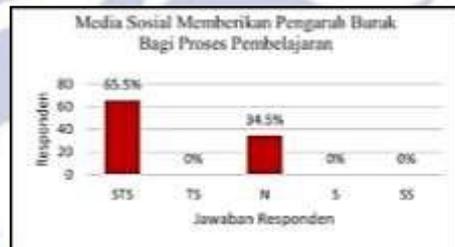
Berikut data hasil analisis dampak penggunaan media sosial terhadap minat belajar tata rias wajah:



Gambar 5. Data Dampak Penggunaan Media Sosial (Sumber : Binagdy, 2022)



Gambar 6. Data Dampak Penggunaan Media Sosial (Sumber : Binagdy, 2022)



Gambar 7. Data Dampak Penggunaan Media Sosial (Sumber : Binagdy, 2022)



Gambar 8. Data Dampak Penggunaan Media Sosial (Sumber : Binagdy, 2022)

PEMBAHASAN

1. Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya

Berdasarkan dari hasil analisis data yang diperoleh seluruh mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 menggunakan media sosial dengan rincian pengguna *instagram* 48,4%, pengguna *tiktok* 48,3%, pengguna *youtube* 3,4%, dari data tersebut responden lebih banyak mengakses *Instagram* dan *tiktok*. Menurut Atmoko (dalam Aprilia 2016) Instagram adalah suatu media online untuk *sharing* video dan foto, dengan menyajikan filter digital yang dapat dibagikan oleh pengguna *instagram*, dengan duarsi yang singkat dan *tiktok* merupakan aplikasi untuk membuat dan berbagi beragam video pendek dengan format *potrait* yang berisi konten informasi dan hiburan yang berdurasi singkat. Maka, jika dilihat dari segi media yang paling banyak dipilih, responden lebih menyukai konten yang singkat dan jelas dimana *instagram* dan *tiktok* menyajikan konten dengan durasi singkat, pada *instagram* memiliki konten durasi 15 detik hingga maksimal 1 jam dan *tiktok* memiliki durasi konten 15 detik hingga 3 menit. Konten pada *instagram* dan *tiktok* lebih bervariasi dimana konten *makeup* yang dibagikan tidak hanya teknik-teknik *makeup* saja namun juga dibagikan transisi *makeup*, *trend makeup*, ulasan *product makeup*, fakta dan mitos tentang *makeup*. Sedangkan pada *youtube* konten video *makeup* yang disajikan dalam durasi yang relatif lebih panjang dimana durasi lebih dari 60 menit, sehingga dapat membuat bosan pengguna lain yang melihatnya apalagi jika dalam penjelasannya kurang menarik.

Hasil data lainnya menyatakan bahwa responden sering sekali menggunakan medsos dengan durasi >6 jam dengan presentase 63,8%, responden mengakses media sosial dimana saja mereka berada dan mengakses berbagai macam konten pada media sosial untuk keperluan referensi belajar, hiburan dan kegiatan online lainnya khususnya mengakses konten yang berkaitan tentang tata rias wajah, dimana pada media sosial sangatlah banyak informasi terkait tata rias wajah yang dapat diakses dan digunakan sebagai pembelajaran. Maka berdasarkan hasil uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tata rias angkatan 2020

dan 2021 100% menggunakan media sosial dan responden lebih menyukai aplikasi media sosial singkat yaitu *instagram* dan *tiktok* yang digunakan untuk mengakses konten yang berkaitan tentang tata rias wajah.

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Pada Minat Belajar Tata Rias Wajah Pada Mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya

Media sosial yaitu suatu sistem online dimana pengguna dapat melakukan aktivitas online dengan mudah, seperti mengakses konten yang diinginkan, belajar, mendapatkan informasi, mencari hiburan, berpartisipasi, menciptakan isi berupa karya, berkerja dan bersosialisasi. Media sosial sangat berperan penting dimasyarakat di era sekarang ini, khususnya pada mahasiswa yang mengikuti perkembangan teknologi mahasiswa dapat mengakses informasi yang dibutuhkan khususnya pada penelitian ini ditujukan pada mahasiswa tata rias yang belajar tentang tata rias wajah, maka maraknya media sosial diasumsikan dapat memengaruhi minat belajar sehingga pada penelitian ini akan dianalisis tentang pengaruh media sosial terhadap minat belajar.

Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya dilakukan penelitian menggunakan data angket dan dianalisis menggunakan korelasi *product moment*. Berdasarkan data analisis yang telah dilakukan, diperoleh jika terdapat pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias dengan hasil $r_{hitung}(0,403) > r_{tabel}(0,214)$ maka H_0 ditolak, dengan mengetahui adanya pengaruh pada hasil penelitian maka media sosial dapat dijadikan sumber ilmu tidak hanya hiburan saja, sehingga untuk guru, pengguna media sosial, ahli tata rias dapat membagikan konten tentang tata rias wajah yang lebih edukatif namun tetap menarik dan tidak membosankan. Media sosial ini adalah faktor yang dapat mempengaruhi minat belajar, dimana menurut Slameto (2010 : 180) minat adalah rasa yang timbul dari dalam diri seseorang atas rasa lebih tertarik pada suatu hal tanpa paksaan atau dorongan. Maka dengan banyaknya aktifitas online yang sering dilakukan

mahasiswa dengan menggunakan media sosial untuk mengakses konten *makeup* untuk mempelajari teknik *makeup* atau mencari referensi *makeup*, mahasiswa lebih menyukai pada media sosial yaitu *instagram* dan *tiktok* dari pada melalui buku, dimana pada buku kurang memiliki informasi yang luas dan terkini. Rasa suka atau ketertarikan dalam diri mahasiswa tersebut dimana mahasiswa lebih menyukai belajar melalui media sosial dari pada buku, maka rasa senang saat belajar tata rias wajah atau *makeup* melalui media sosial ini akan menimbulkan dorongan untuk meningkatkan minat belajar tata rias wajah, menambah ilmu pengetahuan dengan mudah sehingga ilmu yang didapat lebih melekat pada daya ingat. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa melalui perkembangan teknologi media sosial berguna bagi pendidikan khususnya pada bidang kecantikan yaitu tata rias wajah.

3. Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Minat Belajar Tata Rias Wajah Mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya

Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas bahwa media sosial memiliki pengaruh pada minat belajar sehingga responden menyukai belajar melalui media sosial karena pada media sosial memberikan informasi yang menarik, singkat dan jelas. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa pengaruh tersebut dapat memberikan dampak baik maupun buruk. Berdasarkan hasil penelitian penggunaan media sosial yang didapatkan dari responden mengarah ke positif dengan hasil penelitian 39,7% responden sangat tidak setuju dan 39,7% responden tidak setuju jika media sosial memberikan pengaruh negatif pada proses belajar tata rias wajah, 46,5% responden sangat tidak setuju dan 34,5% tidak setuju jika setelah mengetahui banyak informasi tentang tata rias wajah dimedia sosial membuat malas belajar tata rias wajah, 75,9% responden sangat tidak setuju jika media sosial memberikan pengaruh sangat buruk bagi proses pembelajaran, 65,5% responden sangat tidak setuju jika konten tata rias wajah pada media sosial membuat responden melupakan ilmu dasar tata rias wajah pada mata kuliah dasar tata rias wajah.

Maka dari uraian diatas, disimpulkan jika penggunaan media sosial

memberikan dampak positif terhadap minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya. Memperluas pengetahuan dengan mudah. Dampak positif yang didapatkan dari penggunaan media sosial terhadap minat belajar atar rias ini yaitu responden dapat bersosialisasi dengan berbagai kalangan dan semua penduduk didunia sehingga informasi tata rias atau *makeup* yang dibagikan dari beragam negara, sehingga responden dapat mengetahui teknik tata rias wajah dari negara lain, contohnya *makeup* di Indonesia lebih banyak informasi tentang *makeup* jawa, namun dengan adanya media sosial yang memiliki jangkauan yang luas pengguna media sosial dapat mencari dan belajar langsung teknik *makeup* atau ciri khas *makeup* dari Arab, India dan negara lainnya. Dampak positif lainnya dengan adanya media sosial mempermudah mendapatkan informasi dan berita terkini tentang tata rias wajah sehingga media sosial dapat dijadikan media pembelajaran, dimana mahasiswa mendapatkan banyak manfaat dari media sosial menimbulkan rasa suka atau ketertarikan menggunakan media sosial sehingga dapat meningkatkan rasa ingin tahu pada tata rias wajah dan meningkatkan minat belajar karena ilmu yang didapatkan dari media sosial sangat mudah dan bervariasi.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa :

1. 100% mahasiswa menggunakan media sosial khususnya Instagram, tik tok dan youtube dengan prosentase youtube 48,4%, pengguna tiktok 48,3%, pengguna youtube 3,4%, dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 lebih menyukai aplikasi media sosial instagram dan tiktok untuk mengakses konten tata rias wajah.
2. Terdapat pengaruh penggunaan media sosial pada minat belajar tata rias wajah mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya dengan hasil $r_{hitung}(0,403) > r_{tabel} (0,214)$ dengan taraf 5%, Sig (2.-tailed) 0,002 > 0.01 H_0 ditolak.
3. Penggunaan media sosial memberikan dampak positif terhadap minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa tata rias

angkatan 2020 dan 2021 di Universitas Negeri Surabaya.

Ajaran 2017/2018. Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Saran

1. Memberikan peningkatan sosialisai pada guru, dosen, mahasiswa tata rias, ahli tata rias, konten *creator* melalui media sosial terakait informasi tentang tata rias wajah yang lebih menarik dan menyajikan infromasi yang valid dikarenakan banyak pengguna yang mengakses dan mengikuti konten tata rias wajah.
2. Media sosial dapat dijadikan sebagai media pembelajaran.
3. Melakukan penelitian ditempat lain dan mengambil sampel lebih banyak dan luas agar hasil penelitian yang diperoleh lebih maksimal.

Dwiyanti, Sri dan Megasari, Dindy Sinta. 2016. *Tata Rias Wajah*. Surabaya : UNESA UNIVERITY PRESS.

Edy, Syahputra. 2020. *Snowball Throwing Tingkatkan Minat dan Hasil Belajar*. Sukabumi:Haura Publishing.

Harahap, Agung dkk. 2020. *Trend Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia*. Universitas Negeri Bengkulu.

Hardono, Adianto et al. 2019. *Pengaruh penggunaan Media Sosial terhadap Minat Belajar Mahasiswa UAJY*. Universitas Atma Jaya:Yogyagkarta.

Hootsuite. 2022. *We are Social*. [Online, diakses tanggal 10 April 2022]

Instagram. 2022. [Online, diakses tanggal 18 Mei 2022]

KBBI. 2022. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online, <https://kbbi.web.id/ilmu.html> diakses tanggal 10 April 2022]

Maspiyah. 2016. *Dasar Tata Rias Wajah*. Surabaya : UNESA UNIVERSITY PRESS.

Mustika, Pitaloka Nanda. 2021. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Memiliki Jasa Rias Pengantin di Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Negeri Surabaya.

Nanuru, Ricardo F. 2017. *Youtube*. OSF Preprints

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial:Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung:Simbiosis Rekatama Media.

Prihatiningtyas. 2018. *Pengaruh Pelatihan Tata Rias Wajah (Make Up) Terhadap Keterampilan Rias Wajah Sehari – Hari pada Karyawan Toko Serba Ada (Departement Store)*. Universitas Negeri Jakarta.

Simbolon, Naeklan. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat belajar peserta Didik*. Unimed

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas bimbingan dan bantuan kepada Ibu Octaverina Kecvara Pritasari, S.Pd., M.Farm selaku ketua program studi S1 Pendidikan Tata Rias dan dosen pembimbing, yang membimbing dan mengarahkan dalam menyusun skripsi. Ibu Dra. Arita Puspitorini, M.Pd dan Nia Kusstianti, S.Pd., M.Pd selaku dosen penguji pada skripsi ini. Seluruh mahasiswa tata rias angkatan 2020 dan 2021 yang telah membantu penelitian ini. Kepada orang tua dan teman-teman yang selalu memberikan motivasi, dorongan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini

DAFTAR PUSTAKA

Achru, Andi. 2019. *Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran*. Makasar : Jurnal Idaraah, Vol.III, No.2.

Aprilia, Nabilla. 2016. *Instagram sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi mengenai Pengguna Instagram sebagai Eksistensi Diri pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*.

Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

Bastyan, Subur Dwi. 2020. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Belajar pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Plosoklaten Tahun*

Slameto. 2010. Belajar Dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi. Jakarta : Rineka Cipta.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

TikTok. 2022. [Online, diakses tanggal 18 Mei 2022]

Widyoko, Eko Putro. 2014. Teknik penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Youtube. 2022. [Online, diakses tanggal 18 Mei 2022]

