

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai sebuah negara yang hadir di tengah peradaban dunia maka tidak mengherankan jika negara Indonesia tentu akan merasakan dampaknya, hal ini terbukti karena ternyata Indonesia menjadi negara yang menempati urutan keempat di antara negara-negara dengan pengguna internet terbanyak, setelah China, India dan Amerika. Data yang dikemukakan oleh *World Population Review* pada tahun 2020, menunjukkan bahwa rata-rata orang di dunia menggunakan internet per harinya bisa menghabiskan waktu minimal 145 menit atau sekitar 17 jam per minggu.¹ Sedangkan di Indonesia sendiri rata-rata pengguna internet dapat menghabiskan waktu sekitar 8 jam 36 menit sehari hanya untuk menjelajahi internet.²

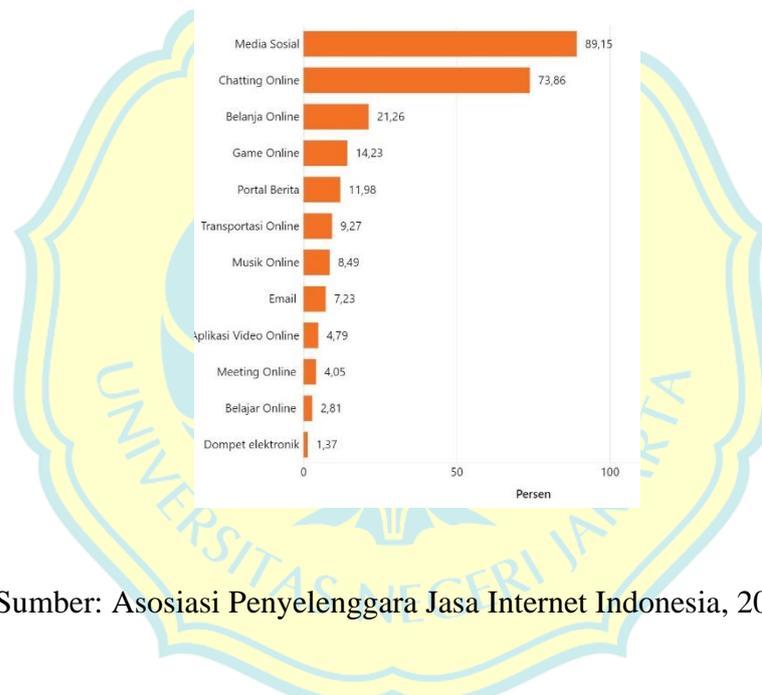
Salah satu aspek yang digunakan dari penggunaan Internet dalam bidang teknologi informasi adalah aspek bidang komunikasi, dimana aspek ini adalah salah satu aspek yang sangat berperan dalam mendorong hadirnya wujud interaksi baru dalam masyarakat dewasa ini. Kondisi tersebut dapat terjadi karena hadirnya sebuah medium baru dalam interaksi yang bernama media sosial. Media sosial memudahkan penggunaannya untuk saling tukar - menukar informasi dan mudah untuk mendapatkan

¹ Zulfikar F, 2023, 10 Negara dengan Pengguna Internet Tertinggi di Dunia, Indonesia Nomor Berapa?, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6502474/10-negara-dengan-pengguna-internet-tertinggi-di-dunia-indonesia-nomor-berapa>. diakses pada tanggal 27 februari 2024

² *Ibid.*

literatur *online*. Dari banyaknya konten yang ada di internet, media sosial merupakan konten yang paling sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia

Gambar 1. 1 Urutan Konten Internet Yang Sering Diakses



(Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024)

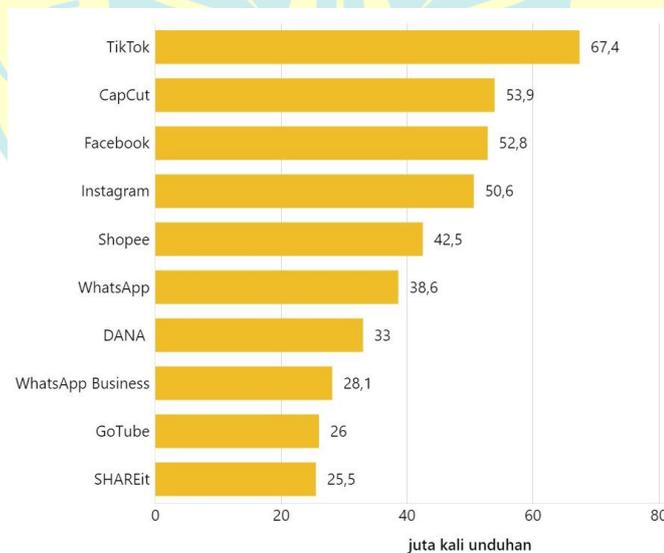
Berdasarkan laporan yang dikemukakan oleh databoks pada tahun 2022, media sosial menjadi urutan pertama konten internet yang sering diakses masyarakat Indonesia yakni mencapai 89,15%.³ Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cukup masif menggunakan media sosial dan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Adanya fenomena covid 19 yang merupakan salah satu penyebab media sosial kian naik digunakan masyarakat Indonesia khususnya kalangan muda

³ Databoks, 2022, *Ini Deretan Konten Internet Paling Sering Diakses Warga RI*, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/22fce662607bc01/ini-deretan-konten-internet-paling-sering-diakses-warga-ri>, diakses pada tanggal 27 Februari 2024.

termasuk mahasiswa. Berdasarkan data dari *We Are Social* dari banyaknya media sosial yang diminati orang Indonesia, terdapat 5 media sosial yang banyak digunakan kalangan muda saat ini, yakni Instagram, YouTube, *facebook*, Whatsapp, dan TikTok.⁴

Dari berbagai jenis media sosial yang disebutkan, TikTok merupakan media sosial favorit oleh banyak pengguna di Indonesia. Sebagai sebuah aplikasi sekaligus platform media sosial, Zhang Yiming memperkenalkan TikTok dengan menggunakan video jejaring sosial sebagai fitur utamanya. Hal tersebut ternyata telah mendorong TikTok untuk bisa bersaing dengan platform lain yang telah ada sebelumnya,

Gambar 1. 2 Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia (2023)



(Sumber: Bussines of Apps, 2024)

⁴ Putri N; Dhea Amalia & Damariswara, Rian, 2022, Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z, *Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan*; 402-403

Dalam sebuah laporan yang dirilis oleh *Bussines of Apps* dan dihimpun oleh Databoks pada tahun 2023, jumlah pengunduh aplikasi TikTok di Indonesia menduduki peringkat pertama yakni sebanyak 67,4 juta kali diunduh sepanjang tahun 2023⁵. Hal ini menunjukkan meski pandemi Covid-19 telah berakhir, peminat platform video pendek yang berada di bawah naungan *ByteDance* ini terus meningkat secara masif, sehingga sangat dapat diterima bahwa platform ini menjadi cukup populer dan diminati. Hal ini tentu menjadi poin krusial yang menjadikan penelitian ini sangat layak untuk ditindaklanjuti.

Berbagai konten kreatif dan informatif yang disajikan oleh TikTok membuat berbagai kalangan turut mengunduh dan menggunakan aplikasi TikTok sebagai sarana belajar atau hiburan semata. Tidak heran jika aplikasi TikTok di Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia pada tahun 2023 dengan jumlah 109,90 juta pengguna di Indonesia⁶. TikTok menyajikan berbagai konten video yang beragam, salah satu jenis konten yang populer di TikTok yakni seputar *beauty* atau kecantikan.

Saat ini, penampilan sering menjadi tolak ukur dalam menilai seseorang, baik dalam kehidupan sosial, karir, maupun hubungan asmara. Penampilan yang menarik sering kali menarik perhatian dan bahkan menjadi kriteria utama dalam beberapa

⁵ Databoks, 2023, Tiktok Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia pada 2023 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-di-indonesia-pada-2023> , diakses pada tanggal 1 maret 2024

⁶ Data Indonesia, 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023, <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023> diakses pada 1 maret 2024

perusahaan. Penampilan yang baik bisa dapat meningkatkan kepercayaan diri dan memberikan kesan pertama yang baik⁷. Penelitian yang dilakukan oleh Santoso, dkk menunjukkan bahwa wanita yang memasuki masa dewasa awal cenderung lebih memperhatikan penampilan mereka untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Penampilan memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sosial seseorang⁸.

Atas hasil paparan tersebut membuat tren kecantikan di Indonesia saat ini terus berkembang pesat. Banyak tren mekap dan *skincare* yang kini menjadi inspirasi bagi generasi muda. Secara umum, tren kecantikan menunjukkan perkembangan yang sangat cepat hal ini dilansir dari IDN Times, Shima Parawathy, *Creator Comms Manager* di META mengatakan bahwa Tren kecantikan di Indonesia mengalami peningkatan topik kecantikan sebesar 350 persen, membuktikan perkembangan yang cepat dan signifikan⁹. Hal ini dapat terjadi adanya peran *beauty influencer* yang ikut andil dalam mengemas sebuah konten.

Beauty influencer merupakan orang yang ahli dan terampil serta memiliki pengaruh besar dibidang kecantikan melalui konten pada platform media sosial salah satunya TikTok. Melansir dari data yang dikemukakan oleh *influencer Marketing Hub* bahwa konten TikTok kategori *beauty* dan *skincare* ditonton sebanyak 21,8 miliar kali

⁷Kompasiana, 2023, Penampilan Serta Pengaruhnya Terhadap Lingkungan, <https://kumparan.com/firha-saniya-humayda/penampilan-serta-pengaruhnya-terhadap-lingkungan>-Diakses Pada 3 Agustus 2024

⁸ Maharani Santoso., Rahmi & Rusdi, 2019, Hubungan Antara Kepuasan Citra Tubuh Dengan Kecenderungan Body Dysmorphic Disorder Pada Wanita Dewasa Awal Di Kota, *Jurnal Kognisia*, Vol 2(1) Hlm. 55 – 60

⁹ IDN Times, 2023, Perkembangan Industri Kecantikan, Media Sosial Berkontribusi Besar, <https://www.idntimes.com/life/women/nisa-zarawaki/perkembangan-industri-kecantikan>. diakses pada 25 Juni 2024

pertahun 2020¹⁰. Dilanjut dengan data yang dilansir oleh Databoks video konten tutorial *mekap* sehari-hari yang dilakukan oleh salah satu *beauty influencer* dengan nama akun @dollievision menduduki peringkat kedua video TikTok paling banyak ditonton dengan jumlah sebanyak 504 juta kali dan disukai 37 juta pengguna¹¹.

Di era modernisasi saat ini kecantikan sering dianggap penting oleh sebagian besar wanita dan telah menjadi impian yang ditanamkan sejak dini. Penampilan fisik dipandang sebagai faktor yang penting dalam meningkatkan kebanggaan dan kepercayaan diri. Dalam masyarakat saat ini, orang-orang yang memiliki penampilan menarik sering mendapat perhatian khusus dan dianggap memiliki keistimewaan, yang dikenal sebagai "*beauty privilege*"¹². Maka tidak dapat dimungkiri konten kecantikan sangat populer dan diminati pengguna TikTok salah satunya mahasiswa. Hal ini tentu menjadi poin penting yang menarik untuk diteliti. Keahlian dan pengetahuan *beauty influencer* dalam bidang kecantikan yang mereka bagikan dalam bentuk konten, secara tidak langsung telah menjadikan hal tersebut sebagai sumber belajar bagi mahasiswa.

Sumber belajar sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti orang yang dapat dijadikan tempat bertanya tentang berbagai pengetahuan. Dalam hal

¹⁰ Databoks, 2020, 10 Kategori Video Tiktok Paling Banyak Ditonton Juni 2020, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/11/pengguna-paling-banyak-menonton-video-kategori-hiburan-di-tiktok> diakses pada 1 maret 2024

¹¹ Databoks, 2023, 10 Video Paling Viral di TikTok menurut Jumlah Penonton (2023), <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/08/video-tiktok-paling-viral-2023-asmr-ayam-goreng-hingga-potong-bawang>. diakses pada 1 maret 2024

¹² Amala, A, 2022, Beauty Privilege dalam Film Imperfect. *Jurnal Kajian Keislaman*, Vol 3(1), Hlm. 105 – 117

ini, sumber belajar dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi atau membantu seseorang dalam proses belajar. Berbagai bentuk dari sumber belajar yakni berupa buku, artikel, video atau apapun yang mendukung seseorang untuk proses belajar mandiri. Jika dikaitkan dengan konteks Pendidikan, konten *beauty influencer* dapat dianggap sebagai bagian dari sumber belajar yang sedang mengalami penyesuaian akan perkembangan zaman.

Mahasiswa semakin sering memanfaatkan platform media sosial TikTok sebagai sumber informasi yang mereka perlukan. Di TikTok, terdapat beragam konten edukatif mulai dari pengetahuan umum hingga materi akademis yang bisa dipelajari. Seperti yang dialami oleh keenam Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Apalagi dengan pemberlakuan Merdeka Belajar oleh Kemendikbudristek yang menekankan keterhubungan antara mahasiswa dan perkembangan teknologi di era *Society 5.0* membuat mahasiswa semakin banyak memanfaatkan berbagai kemajuan teknologi yang ada, salah satu platform yang muncul kepermukaan dan banyak digunakan ialah TikTok yang ternyata dapat digunakan sebagai sumber belajar.

Dewasa ini penampilan sering menjadi tolak ukur dalam menilai seseorang dalam kehidupan sosial. Tuntutan berpenampilan menarik sering kali menjadi kriteria utama. Hal ini, membuat kemunculan media sosial dan konten *beauty influencer* sangat dibutuhkan salah satunya mahasiswa. Fenomena ini terlihat pada mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ yang menjadi subjek utama penelitian ini. Hal ini dapat diamati dari bagaimana mereka mengikuti tren penampilan yang ada di media sosial. Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini memilih aplikasi TikTok sebagai salah satu

media yang dapat digunakan untuk menambah ilmu dan informasi yang tidak mereka dapatkan dari pembelajaran kampus. Ditambah lagi dilihat dari hasil penelitian sebelumnya mengatakan bahwa semakin sering seseorang menonton video di aplikasi TikTok, semakin besar dampaknya terhadap perilaku mereka. Setiap tambahan waktu atau durasi penggunaan aplikasi TikTok akan meningkatkan pengaruh terhadap perubahan perilaku yang dialami oleh remaja.¹³

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada subjek mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ yang tertarik dalam hal kecantikan serta menggunakan aplikasi TikTok dan memiliki *range* usia 18 – 24 tahun. Pemilihan subjek mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ sendiri didasarkan pada kedekatan aspek disiplin keilmuan dimana sebagai mahasiswa Pendidikan Sosiologi tentu sangat erat kaitannya dengan pengamatan fenomena atau kondisi sosial di masyarakat, sehingga menjadi satu hal menarik untuk dapat meneliti tentang tren penggunaan TikTok. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan unggahan media sosial keenam mahasiswa tersebut, yang menunjukkan ketertarikan pada dunia kecantikan dan keahlian merias wajah sebagai bentuk hasil belajar dari konten *beauty influencer* di TikTok. Respons positif berupa *like* dan komentar pada unggahan mereka juga menjadi indikator ketertarikan dan penerapan hasil belajar dari konten tersebut.

¹³ Khaerunnisa, Ahmad, 2024, Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat, *Jurnal Komunikasi dan Organisasi* 6 (1) hlm. 49

Sesuai data *Bussines of Apps* Tiktok menjadi platform video yang populer dan digemari oleh kalangan muda termasuk didalamnya mahasiswa.¹⁴ Tiktok dengan beberapa kontennya yang menarik salah satunya konten yang dapat menstimulus tingkat kepercayaan diri dan mengulas tentang urgensi dari penampilan diri yakni konten kecantikan yang menurut IDN Times saat ini juga telah menjadi sebuah tren dan fenomena sosial dikalangan masyarakat termasuk mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ juga menjadi subjek dalam penelitian ini. Oleh sebab itu peneliti akan mengulas lebih lanjut mengenai **“Konten *Beauty Influencer* TikTok Sebagai Sumber Belajar” (Studi kasus: 6 mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ).**

1.2 Permasalahan Penelitian

Sarana atau sumber belajar dapat diraih oleh siapapun dan dimanapun, salah satunya media sosial TikTok. Adanya pemberlakuan Merdeka Belajar oleh Kemendikbudristek yang menekankan keterhubungan antara mahasiswa dan perkembangan teknologi di era *Society* 5.0 membuat mahasiswa semakin banyak memanfaatkan berbagai kemajuan teknologi yang ada. Apalagi adanya tuntutan penampilan menjadi tolak ukur membuat seseorang untuk berpenampilan menarik menjadi penting.¹⁵ Penampilan yang baik dipercaya dapat memberikan kesan positif kepada orang lain. Hal tersebut membuat keenam mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ juga turut serta menganggap penting untuk menjaga penampilan diri mereka

¹⁴ Databoks, 2022, Demografi Usia Pengguna TikTok Dunia, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka> diakses pada 1 maret 2024

¹⁵ Nur Sabrina, dkk. 2022, Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram, *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, Vol 1, hlm. 570

memanfaatkan teknologi dan platform Tiktok sebagai media yang positif yaitu sebagai sumber belajar mereka.

Oleh karena itu mahasiswa tertarik menjadikan konten *beauty influencer* sebagai sumber belajar mereka. Menurut pra riset yang peneliti amati dapat diketahui mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai sumber belajar dengan mengikuti beberapa akun *beauty influencer* yang menyajikan konten yang dapat dijadikan sebagai sumber belajar bagi mahasiswa untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka tentang dunia kecantikan serta hal-hal lain yang terkait. *Beauty influencer* tersebut biasanya secara rutin mengunggah video TikTok edukasi secara lengkap yang membuat mahasiswa mudah mengakses dan memahami informasi tersebut.

Dalam Penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana latar belakang mahasiswa menjadikan konten *beauty influencer* TikTok sebagai sumber belajar menggunakan teori belajar sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura. Dengan pendekatan konsep *modeling learning*, Albert Bandura mengatakan sebagian besar perilaku manusia dipelajari secara observasional melalui pemodelan dengan mengamati orang lain, seseorang membentuk gambaran tentang bagaimana perilaku baru dilakukan, dan pada kesempatan selanjutnya informasi terkode ini berfungsi sebagai panduan untuk bertindak¹⁶. Konsep Bandura dapat digunakan untuk memahami bagaimana proses mahasiswa belajar dan mengadopsi perilaku dari konten

¹⁶ Albert B, 1977, *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. Hlm. 22

beauty influencer yang mereka konsumsi di TikTok. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti membatasi permasalahan penelitian menggunakan pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimana latar belakang keenam mahasiswa menggunakan konten *beauty influencer* TikTok sebagai sumber belajar?
2. Bagaimana proses belajar yang dilakukan keenam mahasiswa terhadap konten *beauty influencer* TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun dengan permasalahan tersebut maka dapat diuraikan tujuan umum penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui latar belakang keenam mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ menjadikan konten *beauty influencer* TikTok sebagai sumber belajar
2. Untuk menganalisis proses belajar yang dilakukan keenam mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ terhadap konten *beauty influencer* TikTok

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi terkait aplikasi jejaring sosial TikTok sebagai sumber belajar. Sebagai pengayaan bahan pustaka dan referensi untuk penelitian mengenai media pembelajaran selanjutnya. Serta mampu menjadi kepustakaan di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, khususnya bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran, saran, dan masukan kepada lembaga yang berwenang mengenai potensi media digital seperti TikTok dalam meningkatkan sektor pendidikan melalui penyediaan informasi dan pengetahuan yang beragam melalui berbagai konten kreatif serta inovatif. Bagi pengamat media sosial, memberikan pemahaman bahwa TikTok adalah platform yang berisi konten menarik, kreatif, dan inovatif, yang mampu melampaui stigma negatif yang mungkin melekat pada media sosial tersebut dalam pandangan masyarakat.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Dalam bagian ini, akan dilakukan analisis terhadap studi-studi terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Tinjauan literatur terhadap penelitian-penelitian sejenis memegang peranan krusial dalam mengembangkan penelitian karena dapat memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai konsep, teori, dan hasil-hasil yang berkaitan dengan topik yang sedang diselidiki. Pada tinjauan penelitian jenis ini, terdapat beberapa sumber literatur yang dapat dijadikan acuan awal dan sumber data sekunder penelitian. Di bawah ini adalah tinjauan literatur penelitian serupa yang menggambarkan hasil masing-masing penelitian.

Pertama, terkait aspek model belajar di era digital. Pada buku yang ditulis oleh Sitti Utami, bahwa Generasi Z seringkali disebut sebagai generasi digital *native* (*digital native generation*) yakni generasi yang lahir ketika era digital telah berkembang pesat, sehingga generasi ini disebut sebagai generasi yang fasih

menggunakan teknologi. Penulis mengutip Nielsen yang mengatakan bahwa pembaca media cetak menggunakan internet sebanyak 86 persen, lebih tinggi dari rata-rata 61 persen. Hal ini juga sangat mudah dibaca di internet dan digital. Generasi milenial adalah orang-orang yang suka bertukar konten seperti berita, informasi, data, gambar, dan lain-lain¹⁷.

Pada buku yang berjudul “*Education and Social Media: Toward a Digital Future*” karya Greenhow, dkk pada tahun 2016 membahas tentang dunia digital dapat menggeser sistem pembelajaran tradisional. Pada buku ini, penulis menyatakan kalau sistem pembelajaran digital dapat memberikan dampak positif bagi dunia Pendidikan, pembelajaran berbasis digital dapat melakukan hal-hal yang tidak bisa dilakukan oleh sistem pembelajaran tradisional. Media sosial menyediakan platform untuk eksplorasi intelektual, pertukaran ide, dan pembangunan proyek komunal.¹⁸

Kedua, terkait dengan konteks media sosial. Menurut literatur Andrias Pujiono mengatakan Bagi generasi Z yang kehidupannya terhubung dengan media sosial, penggunaan media sosial sebagai media pembelajaran menanamkan nilai dan motivasi yang berbeda. Selain itu, media sosial dapat digunakan kapan saja dan dimana saja sehingga lebih leluasa dalam pembelajaran siswa. Memiliki tampilan menarik yang memadukan teks, gambar, dan video untuk menarik minat siswa terhadap media sosial. Penulis optimis penggunaan media sosial akan efektif dan efisien serta dapat dengan mudah digunakan oleh para guru masa kini melalui *smartphone* yang dimilikinya.

¹⁷ Sitti Utami, 2018, *Literasi Digital Generasi Millenial*, Kendari: Literacy Institute, hlm. 2

¹⁸ Christine Greenhow, 2016, *Education and Social Media: Toward a Digital Future*, Michigan: The MIT Press, hlm. 9

Ketiga terkait dengan aspek TikTok mengacu pada artikel yang ditulis oleh Rahmana, Dhea dan Rian pada tahun 2022 yang membahas tentang pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media edukasi di generasi Z. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang sering digunakan oleh generasi Z. Salah satu informan dalam penelitian tersebut menjelaskan jika dirinya menggunakan aplikasi TikTok karena didalamnya banyak terdapat konten-konten menarik, edukatif, dan komedi humor. Ia mengungkapkan jika sehari bisa menghabiskan waktu kurang lebih 1-2 jam guna membuka Aplikasi TikTok. Hasil mengatakan bahwa TikTok menjadi aplikasi yang digemari generasi Z karena durasi video yang singkat dan mudah di pahami, salah satu informan mengatakan jika ia memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai alatnya guna memperoleh materi pembelajaran baru. Selain itu, pemanfaatan aplikasi TikTok ini juga digunakan untuk menyebarkan konten edukatif kepada pengguna lainnya¹⁹.

Aplikasi TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media informatif yang positif juga sebagai media pembelajaran. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang berjudul Potensi Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring yang ditulis oleh Nurin, dkk 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok sebagai media pembelajaran dapat meningkatkan aktivitas dan kreativitas siswa dalam proses pembelajaran *online*. Siswa dapat leluasa mengekspresikan kreativitasnya melalui TikTok dengan berbagai fiturnya, menjadikannya media pembelajaran yang efektif untuk menciptakan pembelajaran

¹⁹ Putri N, Dhea Amalia & Damariswara Rian, 2022, Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z, *Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan*; hlm. 402

online yang interaktif dan menyenangkan.²⁰ Pada penelitian lain yang ditulis oleh Adella Aninda pada tahun 2022 juga menjelaskan pemanfaatan aplikasi TikTok adalah strategi yang baik yang dapat diaplikasikan sebagai sarana atau media dalam proses pembelajaran yang penuh rasa ingin tahu, cerdas, dan inventif dalam pembelajaran.

Literatur lain yang berjudul “*Exploring the Potential Benefits of Using Social Media in Education*” yang ditulis oleh Rdouan Faizi dkk pada tahun 2013.²¹ Peneliti mengatakan media sosial banyak membuat keuntungan bagi dunia Pendidikan. Dengan media sosial peserta didik menjadi lebih tertarik dalam kegiatan pembelajaran. Kemudian penelitian yang dikemukakan oleh Nadia Adilah, dkk pada tahun 2022 yang berjudul “*Assessing the factors influencing users accessing higher education content on TikTok*” menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok dalam dunia pendidikan memberikan dampak positif terhadap hasil belajar siswa, karena TikTok dapat menciptakan lingkungan belajar yang menarik dan memotivasi siswa. Studi tersebut menemukan bahwa pengguna merasa TikTok mudah diandalkan dalam hal konten Pendidikan, karena TikTok memiliki sistem rekomendasi video yang sesuai dengan minat penggunanya.²²

Keempat, terkait dengan *beauty influencer* sebagai model atau seseorang yang dapat mempengaruhi perilaku bagi orang lain, sesuai dengan literatur yang berjudul “*Beauty influencer in the digital age: How does it influence purchase intention of*

²⁰ Nurin Salma, Ramdani, dkk, 2022, Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring, *Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan*; hlm. 426

²¹ Rdouan Faizi, dkk, 2013, *Exploring the Potential Benefits of Using Social Media in Education*, *International Journal of Engineering Pedagogy (iJEP)*, 3(4), pp. 50–53.

²² Nadia Adilah, dkk, 2022, *Assessing the factors influencing users accessing higher education content on TikTok*, *Cogent Education*, Vol 9(1), hlm. 5

generation Z” yang dikemukakan oleh Hanif dan Cahya pada tahun 2020 menyatakan dalam temuan tersebut secara konsisten menyoroti bahwa daya tarik dan kemampuan persuasif influencer memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat beli di kalangan Generasi Z di Indonesia. Faktor yang membuat mereka terpengaruh adalah kemampuan persuasif yang kuat dan mereka memiliki rasa kesamaan, keakraban dan kesukaan dengan para influencer tersebut. Semakin menarik seorang influencer bagi audiens, semakin besar kemungkinan mereka dapat membujuk audiens.²³ Hal ini diperkuat oleh literatur yang dikemukakan oleh Abdullah dan Volkan tahun 2022 yang mengemukakan bahwa karakteristik keahlian dan kredibilitas *influencer* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap terhadap merek yang dipromosikan oleh *influencer*.²⁴ Penelitian yang dilakukan oleh Justin Paul, Khyati Jagani dan Neha Yadav pada tahun 2024 menjelaskan bahwa *influencer* media sosial telah menghasilkan kepercayaan dan dapat mengubah perilaku *followers* atau pengikut mereka. Temuan mereka menunjukkan bahwa karakteristik *influencer*, interaktivitas dan keinformatifan memengaruhi konsep diri sosial, Fisik, dan emosional pengikut secara signifikan. Pada temuan ini menyebutkan bahwa *influencer* media sosial harus terlibat dalam percakapan yang lebih intens, konsisten dan bermakna dengan para pengikut mereka untuk menciptakan strategi komunikasi yang efektif.²⁵

²³ Hanif, A., & Cahya, R., 2020, Beauty influencer in the digital age: How does it influence purchase intention of generation Z, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, hlm. 10

²⁴ Abdullah, A., & Volkan, 2022, The effect of the characteristics of Instagram influencers on attitudes towards the brand and purchase intention, *Management Studies: International Journal*, hlm. 1

²⁵ Justin Paul, Khyati Jagani, Neha Yadav, 2024, “How I think, Who I am”—Role of social media influencers (SMIs) as change agents, *Journal of Consumer Behaviour*, Hlm. 2

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1. *Beauty Influencer* dalam Media Sosial

Kata “*Beauty*” diambil dari istilah bahasa Inggris yang berarti kecantikan, sedangkan *influencer* menurut *Cambridge Dictionary*, ialah seseorang yang dapat memengaruhi atau mengubah perspektif atau pandangan orang lain dalam berperilaku. *Influencer* bisa disebut juga sebagai seseorang figur yang memiliki peranan di dalam media sosial dengan memiliki jumlah pengikut yang signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi dari perilaku dari pengikutnya.²⁶ Karena hal tersebut *influencer* juga kerap berperan sebagai *opinion leader* yang dapat mampu menghadirkan kesadaran tertentu bagi setiap pengikutnya melalui penggunaan media sosial²⁷. Penggunaan istilah *beauty influencer* pun belakangan ini hadir dan menjadi sesuatu yang populer dengan meningkatnya kesadaran dari para wanita yang berkecimpung di dalam dunia kecantikan. *Beauty influencer* sendiri ialah *influencer* yang menghadirkan konten-konten terkait kecantikan mulai dari tutorial merias wajah, tips merawat kulit, mengulas produk kecantikan, hingga *vlog* mengenai kehidupan.²⁸

Dalam menunjang aktivitas dan konten-kontennya *beauty influencer* biasanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana dan alatnya, media sosial

²⁶ Hariyanti & Wirapraja, 2018, Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, hlm, 143

²⁷ Meifitri, 2020, Fenomena Influencer Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru di Kalangan Generasi Zoomer. *Journal of Communication Studies Komunikasiana*, Vol 2. hlm, 71

²⁸ Haerunnisa, Zohrah, & Yusuf, 2019, *Beauty influencer* di Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi*, Vol 1, hlm, 48

sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial, kata media bermakna sarana komunikasi. Sedangkan kata sosial berhubungan dengan masyarakat. Dalam sebuah literatur dikatakan bahwa media sosial ialah alat yang digunakan dalam komunikasi atau informasi agar memungkinkan penggunaannya untuk melakukan percakapan, bertukar informasi atau menuangkan ide.²⁹ Dari uraian tersebut maka dapat dikatakan media sosial memiliki peranan besar sebagai sarana atau alat yang digunakan oleh masyarakat untuk saling berkomunikasi atau bertukar informasi satu sama lain. Kehadiran awal *beauty influencer* di media sosial Indonesia tercatat mulai hadir sejak awal tahun 2015 melalui platform Youtube³⁰, namun dengan semakin menjamurnya pengguna TikTok dari tahun ke tahun akhirnya mendorong banyak *beauty influencer* untuk memperluas jangkauan media sosial mereka dengan tidak hanya hadir di Youtube akan tetapi juga mulai merambah ranah TikTok.

1.6.2. Konten Pada TikTok Sebagai Sumber belajar

Tercatat dalam perkembangan dunia Pendidikan di Indonesia pada pelaksanaannya tidak terlepas dari aktifitas belajar, dalam *Britannica Dictionary* dikatakan bahwa belajar ialah sebuah proses internal yang berasal dari pengalaman individu yang dapat menghasilkan suatu organisme sehingga dapat merasakan dan mengubah perilakunya. Aktivitas belajar biasanya dilakukan demi memperoleh sebuah informasi atau ilmu dari melalui berbagai cara. Guna

²⁹ Suryaningsih A., 2019, Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik, *Wahana Didaktika*, Vol.17, 2019, hlm.335

³⁰ Wattimena & Heidy, G., 2019. Presentasi Diri *Beauty influencer* Abel Cantika Melalui Youtube Channel (Self Presentation *Beauty influencer* Abel Cantika Via Youtube Channel). *Profetik Jurnal Komunikasi*, Vol 12, hlm, 31

mendukung pelaksanaan belajar, biasanya setiap individu memerlukan sebuah sumber yang tepat, yang keberadaanya dapat digunakan untuk keberlangsungan aktivitas belajar individu tersebut.

Sumber belajar sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti orang yang dapat dijadikan tempat bertanya tentang berbagai pengetahuan. Sumber belajar adalah segala jenis media, benda, data, fakta, ide, orang, dan lain-lain yang dapat mempermudah terjadinya proses belajar bagi peserta didik.³¹ Dalam konteks ini, sumber belajar dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi atau membantu seseorang dalam proses belajar. Sumber belajar ini dapat berupa buku, media, alat peraga, lingkungan, serta berbagai alat dan fasilitas yang mendukung kegiatan belajar mengajar. Atas hal tersebut, kehadiran sumber belajar sangat diperlukan agar dapat menunjang pengalaman atau aktivitas individu dalam proses belajar.

Berbagai bentuk dari sumber belajar biasanya terdapat dalam berbagai hal seperti buku, artikel, video konten atau apapun yang dapat menunjang atau mendukung seseorang untuk proses belajar mandiri sebagai sebuah individu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata konten berarti informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten dalam media sosial dapat dijadikan sebagai alternatif sumber belajar karena didasari oleh adanya kegiatan

³¹ Pawit M. Yusuf., 2010, *Komunikasi Instruksional*, Jakarta: Bumi Aksara

pembagian konten berisi informasi yang beragam. Jika dikaitkan dengan konteks pendidikan, maka konten *beauty influencer* yang hadir dalam bentuk video di platform TikTok dapat dianggap sebagai bagian dari sumber belajar yang sedang mengalami penyesuaian akan perkembangan zaman. Melalui konten *beauty influencer*, mahasiswa juga dapat belajar tentang tren terbaru dalam industri kecantikan. Sebagai media sosial jenis jejaring sosial yang saat ini sedang ramai digunakan oleh khalayak umum. Terhitung di mulai dari tahun 2020, media sosial TikTok telah menjelma menjadi salah satu media sosial dengan tingkat perkembangan dan penggunaan yang tinggi di dunia maya serta menjadi elemen kehidupan dari generasi Z di seluruh dunia³².

TikTok merupakan aplikasi yang bisa dengan mudah diakses melalui website atau di unduh melalui *Playstore* maupun *Appstore* sehingga dapat memfasilitasi penggunaannya untuk melihat maupun berkreasi melalui video mulai dari 15 detik – 10 menit. Konten yang dibagikan pada media sosial TikTok didukung dengan adanya berbagai fitur yang dimiliki media sosial tersebut. Fitur utamanya yaitu *FYP* atau *For Your Page* yang berisi rekomendasi konten populer, tren, bahkan sesuai minat berupa video konten untuk pengguna. Selain itu adanya fitur *save post* yang dapat digunakan untuk menyimpan video informasi yang dibagikan, serta fitur *repost* yang mendukung penyebaran video yang dibagikan.

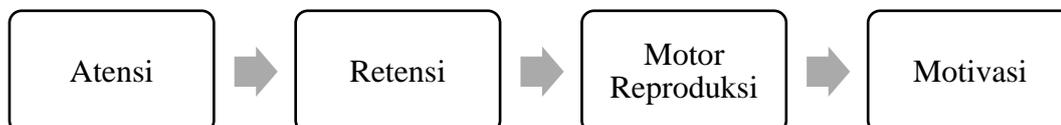
³² Kusumawardhani, Elisa., & Deasy Silvy Sari, 2021, Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India, dan Indonesia. *Padjir: Padjadjaran Journal Of International Relations*. Vol 3(1), hlm. 19 – 31.

Dengan ditunjang oleh berbagai fitur tersebut memudahkan berbagai orang untuk menggunakan aplikasi tiktok sebagai sumber belajar. Penggunaan unsur edukasi dalam postingan TikTok tersebut efektif dalam menyampaikan informasi. Dalam konten-konten populer yang merupakan salah satu daya tarik perhatian yakni dengan segala kelebihannya tersebut TikTok pada akhirnya terus berkembang dengan menjadi sebuah sarana baru dalam menunjang jalannya perkembangan dunia Pendidikan di Indonesia khususnya perannya sebagai sumber belajar.

1.6.3. Teori Belajar Sosial

Teori belajar sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura mengatakan bahwa Pembelajaran pada hakikatnya berlangsung melalui proses peniruan (imitation) atau pemodelan (*modeling*). Dalam imitasi atau modeling individu dipahami sebagai pihak yang memainkan peran aktif dalam menentukan perilaku mana yang hendak ia tiru dan juga frekuensi serta intensitas peniruan yang hendak ia jalankan. Teori Belajar Sosial menjelaskan bahwa seseorang belajar tingkah laku melalui pengamatan model atau disebut dengan *observational learning*. Langkah-langkah yang terlibat dalam pemodelan adalah adanya atensi, retensi, motor produksi, dan motivasi.

Skema 1. 1 Proses Belajar menurut Bandura



(Sumber: Bandura, *Social Learning Theory*, 1989)

Dalam hal ini, kalangan mahasiswa, *beauty influencer* di TikTok menjadi model belajar yang signifikan. Para *beauty influencer* ini memanfaatkan platform media sosial untuk berbagi konten kecantikan. Mahasiswa, sebagai audiens, memperhatikan *influencer* tersebut, mengingat informasi yang dibagikan, mencoba memotor reproduksi teknik yang diajarkan, dan termotivasi oleh hasil positif seperti peningkatan kepercayaan diri atau pujian dari orang lain. Tingkah laku diperoleh sebagai hasil interaksi antara faktor personal, pengaruh lingkungan dan tingkah laku nyata. Bandura menerangkan bahwa tingkah laku dapat dipelajari sebagai hasil *modelling*. Bandura mengatakan bahwa fenomena belajar merupakan hasil dari pengalaman melalui observasi terhadap tingkah laku orang lain.³³ Dalam *social learning* atau belajar sosial dijelaskan bahwa tingkah laku itu merupakan suatu proses interaksi yang terus menerus dan timbal balik antara kognitif, tingkah laku dan lingkungan yang saling mempengaruhi³⁴.

³³ Hjelle, L. A., & Ziegler, D. J. (1992). *Personality theories: Basic assumptions, research, and applications* (3rd ed.). McGraw-Hill Book Company. Hlm. 70

³⁴ Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall., Hal. 9

1.6.4. Hubungan Antar Konsep

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan hubungan antar konsep dengan menunjukkan bahwa *beauty influencer* berperan sebagai model yang dapat ditiru oleh mahasiswa. *Para beauty influencer* ini menyampaikan pesan atau informasi dikemas dengan konten dan disebarluaskan melalui aplikasi TikTok, sehingga peniru dalam hal ini mahasiswa dapat mengakses dan meniru praktik yang diperlihatkan. Hal ini menghasilkan menciptakan proses belajar yang kemudian dianalisis melalui teori belajar sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura.

Skema 1. 2 Hubungan Antar Konsep



(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2024)

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif suatu pendekatan yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Metode ini juga berfokus pada penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dari perspektif yang kompleks dan kontekstual. Pendekatan ini sering kali melibatkan teknik-teknik seperti observasi partisipatif, wawancara mendalam, analisis isi, dan analisis naratif

untuk memahami dan menginterpretasi data.³⁵ Metode ini lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Data yang terkumpul akan dideskripsikan sehingga dapat dipahami orang lain dengan mudah³⁶.

Pendekatan kualitatif diyakini bisa menggambarkan secara komprehensif topik dalam penelitian ini. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Agar penelitian ini diulas lebih spesifik dan fokus maka ruang lingkup subjek pada penelitian ini adalah enam orang mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta pengguna aplikasi TikTok sebagai sumber belajar khususnya pada konten *beauty influencer*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara dengan keenam mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Selain menggunakan data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder untuk menunjang kelengkapan data penelitian.

1.7.2. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan sumber data yang menjadi sumber informasi utama suatu penelitian yang memberikan informasi mengenai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Informan adalah orang yang memberikan keterangan mengenai data yang dibutuhkan peneliti yang relevan dengan

³⁵ Ali, A. M. D., & Yusof, H. (2011), Quality and qualitative studies: The case of validity, reliability, and generalizability. *Issues in Social and Environmental Accounting*, Vol. 5(1), hlm. 25-26

³⁶ Sugiyono, 2022, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Alfabeta, hlm. 7

penelitian yang sedang dilakukan peneliti³⁷. Subjek pada penelitian kali ini yakni mahasiswi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta pengguna aplikasi tiktok dengan jumlah subjek pada penelitian ini sebanyak 6 orang, meliputi karakteristik dan ketentuan penelitian, mulai dari aktif bermedia sosial TikTok, mengetahui dan menyukai dunia kecantikan seperti mekap, dan berumur antara 18 – 24 tahun. Peneliti meneliti setidaknya ada tujuh orang informan yaitu, 6 mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta pengguna TikTok sebagai informan kunci, dan satu informan tambahan yakni *beauty influencer*. Informan tersebut terpilih karena dinilai mampu memberikan informasi terkait aplikasi tiktok sebagai sumber belajar. Adapun secara lebih rinci karakteristik informan keenam mahasiswa Pendidikan sosiologi UNJ tercantum dalam tabel yang peneliti rangkum di bawah ini:

Posisi Subjek	Informan	Jumlah
Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ Pengguna Aplikasi TikTok Sebagai Sumber belajar	<ul style="list-style-type: none"> • FP (22 tahun) • NA (23 tahun) • TO (22 tahun) • PA (21 Tahun) • SA (23 Tahun) • SL (21 Tahun) 	6
Kerabat Dekat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ Pengguna Aplikasi TikTok Sebagai Sumber belajar	<ul style="list-style-type: none"> • FR (34 Tahun) • FR (23 Tahun) • BC (23 Tahun) • AF (24 Tahun) 	6

³⁷ M. Idrus, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama, Hlm. 91

	<ul style="list-style-type: none"> • MZ (23 Tahun) • TP (24 Tahun) 	
<i>Beauty Influencer</i>	Tarisya Milanti (23 Tahun)	1

1.7.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian mengambil lokasi di Universitas Negeri Jakarta karena studi kasus dan subjek penelitian dilakukan pada mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta khususnya Program Studi Pendidikan Sosiologi yang menggunakan aplikasi tiktok sebagai sumber belajar. Universitas Negeri Jakarta sendiri berlokasi di Jalan Rawamangun Muka Raya, RT.11/ RW.14, Kelurahan Rawamangun, Kecamatan Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta dengan kode pos 13220. Periode waktu penelitian dimulai dari bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Juni 2024. Teknik penelitian yang dilakukan dimulai dari observasi, wawancara hingga memasukan data hasil penelitian dan menganalisis data berlangsung kurang lebih 4 bulan dan menggunakan berbagai teknik seperti observasi, wawancara, dan pencarian data sekunder seperti membaca literatur sejenis untuk mendukung penelitian.

1.7.4. Peran Peneliti

Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai pelaku peneliti. Peneliti berperan dalam merencanakan, melaksanakan, mengumpulkan data, serta menganalisis hasil penelitian. Sebelum penelitian berlangsung, peneliti sudah mengamati keahlian informan dalam hal kecantikan seperti mekap, mengamati kegiatan media sosial informan. Selain itu, peneliti melakukan komunikasi dua arah melalui media sosial, *direct message* Instagram, WhatsApp, dll. Hal ini

merupakan upaya untuk meningkatkan kedalaman dan mempermudah untuk melengkap informasi yang diperoleh peneliti yang berkomunikasi secara intensif secara *online* melalui media sosial.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian kualitatif menggunakan kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci³⁸, Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1.7.5.1 Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap suatu subjek penelitian. Observasi dilakukan untuk mengkaji secara detail aspek-aspek yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap keenam mahasiswa melalui aktivitas dan kesehariannya yang diunggah pada media sosial yang mana peneliti dapat mengamati setidaknya ketertarikan informan dalam dunia kecantikan serta keahlian merias wajah atau *mekap* yang dimiliki oleh para informan sebagai bentuk hasil belajar informan terhadap konten *beauty influencer* melalui TikTok, peneliti juga mengamati *like*, komentar pada unggahan informan sebagai bentuk respon rangsangan yang positif dari hasil belajar tersebut.

³⁸ Sugiyono, 2022, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Alfabeta, hlm. 9

1.7.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data deskriptif dengan tujuan untuk mendalami informasi yang lebih terperinci dari narasumber yang terlibat dalam wawancara tersebut. Prosedur wawancara yang dilakukan mengikuti pedoman yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti. Komunikasi wawancara dilakukan secara tatap muka, yaitu interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian. Wawancara dilakukan kepada enam mahasiswa Pendidikan sosiologi UNJ pengguna TikTok, *beauty influencer*.

1.7.5.3 Dokumentasi dan Studi Kepustakaan

Peneliti menggunakan data sekunder guna mendukung penelitian berupa studi kepustakaan seperti jurnal nasional, jurnal internasional, tesis, disertasi, buku dan sebagainya. Peneliti juga mengambil dokumentasi berupa artikel, rekaman suara, gambar, *screenshot* dan *fieldnote* sesuai kebutuhan penelitian,

1.7.6. Triangulasi Data

Triangulasi data dilakukan untuk memastikan validitas data yang telah dikumpulkan dengan cara membandingkannya dengan data yang telah diperoleh sebelumnya. Tujuan utama dari triangulasi adalah untuk menilai apakah data yang telah diperoleh sudah cukup akurat sehingga dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya dalam analisis selanjutnya. Pada proses triangulasi, peneliti melakukan triangulasi kepada salah satu *beauty influencer* yakni Tarisya Milanti dan kepada kerabat dekat informan yang berjumlah enam orang.

1.7.7. Sistematika Penulisan

Peneliti membuat sistematik penelitian dengan terbagi menjadi lima bab pembahasan, **BAB I** pendahuluan, **BAB II** dan **BAB III** hasil temuan penelitian, **BAB IV** analisa hasil temuan dan **BAB V** penutup. Sistematika penelitian ini bertujuan untuk mempermudah pembahasan yang akan dijelaskan pada setiap babnya. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini, yaitu:

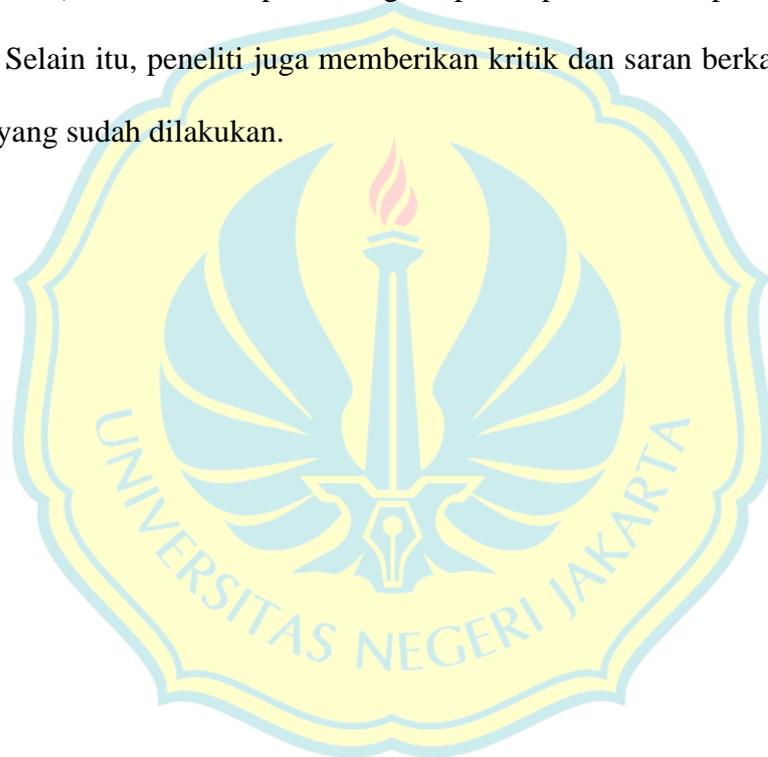
BAB I, pada bab ini berisi pendahuluan yang menjabarkan mengenai latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II, pada bab dua ini peneliti memaparkan mengenai deskripsi lokasi studi kasus yakni universitas negeri Jakarta dan gambaran umum mengenai profil informan, latar belakang munculnya media sosial TikTok, perkembangan aplikasi tiktok. Serta membahas mengenai *beauty influencer* sebagai model belajar kalangan mahasiswa.

BAB III, pada bab ini peneliti akan memaparkan mengenai hasil temuan penelitian. Pada bab ini akan dipaparkan mengenai data-data yang mendukung terkait bagaimana mahasiswa dapat menjadikan aplikasi TikTok sebagai sumber belajar, seperti alasan atau faktor yang melatar belakangi mahasiswa dalam menjadikan konten *beauty influencer* tiktok sebagai sumber belajar. Pada bab ini juga dijelaskan intensitas penggunaan konten *beauty influencer* pada TikTok dan dampak penggunaan konten *beauty influencer* pada TikTok.

BAB IV, pada bab ini akan dijelaskan analisis antara hasil temuan dengan konsep yang dipakai. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah modelling dimana *beauty influencer* dijadikan sebagai model oleh mahasiswa dengan teori belajar sosial Albert Bandura. Pada bab ini peneliti juga akan memaparkan konteks sosiologi pada penelitian ini.

BAB V, bab ini merupakan bagian penutup dan kesimpulan dari hasil penelitian. Selain itu, peneliti juga memberikan kritik dan saran berkaitan dengan penelitian yang sudah dilakukan.



Intelligentia - Dignitas