MINAT MAHASISWA TATA RIAS TERHADAP KONTEN EDUKASI *BEAUTY* SEBAGAI SUMBER PEMBELAJARAN DI PLATFORM TIKTOK

Diti Qoratul Aini[1], Indra Saputra[2], Tyas Asih Surya Mentari[3], Rahmi Oktarina[4]

[1,2,3,4]*Universitas Negeri Padang*
E-mail : indrasaputra@fpp.unp.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, sebagai alternatif sumber pembelajaran. Dalam bidang tata rias, konten edukasi *beauty* di TikTok menyediakan berbagai informasi dan video tutorial yang dapat mendukung proses belajar mahasiswa serta meningkatkan pemahaman terhadap teknik tata rias. Namun, pemanfaatan TikTok sebagai sumber pembelajaran masih belum optimal karena lebih banyak digunakan sebagai media hiburan daripada kegiatan edukatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat mahasiswa dalam memanfaatkan konten edukasi *beauty* di TikTok sebagai sumber pembelajaran. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Tata Rias dan Kecantikan angkatan 2022 Universitas Negeri Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling dengan seluruh anggota populasi sebagai responden. Data dikumpulkan menggunakan angket skala Likert dan dianalisis dengan statistik deskriptif berupa persentase. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran mengenai minat mahasiswa dalam memanfaatkan konten edukasi *beauty* di TikTok sebagai sumber pembelajaran serta memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pembelajaran yang lebih inovatif, interaktif, dan berorientasi pada teknologi.

Kata Kunci : *Konten Edukasi Beauty, Minat Belajar, Sumber Pembelajaran, Tata Rias, TikTok.*

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has encouraged the use of social media, particularly TikTok, as an alternative learning resource. In cosmetology, *beauty* educational content on TikTok provides information and tutorial videos that can support students' learning processes and enhance their understanding of *makeup* techniques. However, its use as a learning resource has not been fully optimized, as TikTok is more commonly used for entertainment than educational activities. This study aims to examine students' interest in utilizing *beauty* educational content on TikTok as a learning resource. The population consisted of all active students from the 2022 cohort of the Cosmetology Study Program at Universitas Negeri Padang. Total sampling was employed, involving all members of the population as research participants. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics in the form of percentages. The findings are expected to provide an overview of students' interest in utilizing *beauty* educational content on TikTok as a learning resource and contribute to the development of more innovative, interactive, and technology-oriented learning strategies in higher education.

Keywords : *Beauty Educational Content, Cosmetology Education, Learning Interest, Learning Resources, TikTok.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia pendidikan, terutama dalam pemanfaatan internet sebagai sumber pembelajaran. Internet memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi dan materi pembelajaran secara cepat, fleksibel, dan mudah diakses kapan saja. Sejalan dengan perkembangan tersebut, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi media edukasi yang mampu mendukung proses pembelajaran secara lebih interaktif dan efektif (Sasmita, 2020)(Fitriani, 2023)

Salah satu media sosial yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok. Platform ini menyediakan video berdurasi pendek yang dikemas secara kreatif dan didukung algoritma rekomendasi berdasarkan minat pengguna sehingga memudahkan pengguna memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhannya (Dewi et al., 2024). Berdasarkan laporan DataReportal (2025), TikTok memiliki jangkauan audiens sekitar 1,59 miliar pengguna di dunia. Sementara itu, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar, yaitu mencapai 157,6 juta pengguna pada Juli 2024 (Mediana, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi yang besar untuk dimanfaatkan tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran.

Dalam bidang pendidikan, TikTok mulai dimanfaatkan sebagai media pembelajaran karena mampu menyajikan materi melalui video yang singkat, menarik, dan mudah dipahami. Penelitian (Anisa et al., 2022) menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dapat meningkatkan minat belajar peserta didik melalui penyampaian materi yang lebih visual dan komunikatif. Selain itu, (T. Setiawati et al., 2023) menemukan bahwa pemanfaatan TikTok memberikan pengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan pada mahasiswi Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang. Penelitian (Kurnia, 2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok sebagai sumber referensi dalam merias memberikan pengaruh terhadap gaya *makeup* mahasiswa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi sebagai sumber pembelajaran, khususnya pada bidang tata rias yang menekankan pembelajaran visual dan praktik.r pembelajaran, khususnya pada bidang tata rias yang menekankan pembelajaran visual dan praktik.

Konten edukasi *beauty* di TikTok menyajikan berbagai informasi mengenai tutorial *makeup*, *skincare*, *hair styling*, *review* produk, hingga tren kecantikan yang dapat dijadikan sebagai sumber belajar tambahan bagi mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan. Karakteristik konten yang bersifat audio-visual dinilai mampu membantu mahasiswa memahami teknik tata rias secara lebih efektif dibandingkan hanya melalui teori (Rifa Qonitah et al., n.d.). Namun demikian, efektivitas TikTok sebagai sumber pembelajaran masih dipengaruhi oleh minat mahasiswa dalam memanfaatkan konten edukasi yang tersedia. Minat belajar menjadi salah satu faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk lebih aktif, fokus, dan terlibat dalam proses pembelajaran(Eliyarti & Rahayu, 2021)

Meskipun memiliki potensi sebagai media pembelajaran, berbagai penelitian menunjukkan bahwa TikTok masih lebih dominan dimanfaatkan sebagai media hiburan. Ramadhan et al., (2025) melaporkan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan TikTok setiap hari untuk menikmati konten hiburan. Penelitian Lukitoyo et al., (2024) dan Barus et al., (2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok sebagai sumber pembelajaran masih bervariasi, meskipun mahasiswa menilai konten edukasi di platform tersebut cukup menarik dan mudah dipahami. Hasil penelitian

Rudiyanto et al., (2025) mengungkapkan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran tambahan di bidang kecantikan, tetapi penggunaannya masih bersifat sebagai media pendukung karena mahasiswa lebih sering mengakses konten hiburan dibandingkan konten edukasi.

Hasil observasi awal yang dilakukan terhadap mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan angkatan 2022 Universitas Negeri Padang menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai sumber pembelajaran belum optimal. Sebanyak 66,7% mahasiswa lebih sering menggunakan TikTok untuk hiburan, 63,6% lebih tertarik pada konten hiburan dibandingkan konten edukasi, 60,6% belum menjadikan TikTok sebagai sumber utama pembelajaran tata rias, serta 57,6% menyatakan bahwa konten edukasi *beauty* di TikTok belum sepenuhnya membantu memahami teknik tata rias secara mendalam. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingginya penggunaan TikTok belum diikuti dengan optimalnya pemanfaatan konten edukasi *beauty* sebagai sumber pembelajaran.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan minat mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan terhadap konten edukasi *beauty* sebagai sumber pembelajaran di platform TikTok yang ditinjau dari aspek ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan pembelajaran berbasis media digital, khususnya dalam bidang tata rias dan kecantikan.praktik.r pembelajaran, khususnya pada bidang tata rias yang menekankan pembelajaran visual dan praktik.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan minat mahasiswa Tata Rias terhadap konten edukasi *beauty* sebagai sumber pembelajaran di platform TikTok. Penelitian dilaksanakan pada Program Studi D4 Tata Rias dan Kecantikan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan angkatan 2022 yang berjumlah 85 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian.

Data penelitian berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket tertutup menggunakan skala Likert lima tingkat. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator minat yang meliputi perasan senang,ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan mahasiswa terhadap konten edukasi *beauty* sebagai sumber pembelajaran di platform TikTok. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif melalui perhitungan skor, persentase, dan nilai rata-rata (mean), kemudian diinterpretasikan ke dalam kategori penilaian untuk menggambarkan tingkat minat mahasiswa terhadap konten edukasi *beauty* sebagai sumber pembelajaran di platform TikTok.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas sehingga dinyatakan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Selanjutnya, data penelitian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memperoleh gambaran mengenai minat mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan dalam memanfaatkan konten edukasi *beauty* sebagai

sumber pembelajaran di platform TikTok. Analisis dilakukan berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan Tingkat Capaian Responden (TCR) pada setiap indikator minat, yaitu perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan.

Tabel 1. Hasil Analisis Minat Mahasiswa Berdasarkan Indikator

Indikator	TCR (%)	Mean	Kategori
Perasaan Senang	88%	4,42	Sangat Tinggi
Ketertarikan	88%	4,33	Sangat Tinggi
Perhatian	87%	4,36	Sangat Tinggi
Keterlibatan	86%	4,30	Sangat Tinggi

Berdasarkan Tabel 1, seluruh indikator minat mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi. Indikator perasaan senang memperoleh nilai TCR sebesar 88% dengan nilai mean 4,42. Indikator ketertarikan memperoleh TCR sebesar 88% dengan mean 4,33. Selanjutnya, indikator perhatian memperoleh TCR sebesar 87% dengan mean 4,36, sedangkan indikator keterlibatan memperoleh TCR sebesar 86% dengan mean 4,30.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan terhadap konten edukasi *beauty* sebagai sumber pembelajaran di TikTok secara keseluruhan berada pada tingkat yang sangat tinggi. Perbedaan capaian antarkomponen relatif kecil, dengan nilai TCR berada pada rentang 86%–88%. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa tidak hanya terlihat dari ketertarikan terhadap konten, tetapi juga mencakup perasaan senang, perhatian, dan keterlibatan dalam memanfaatkan konten edukasi *beauty* di TikTok sebagai sumber pembelajaran. Jika disusun berdasarkan nilai mean, indikator perasaan senang memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,42, diikuti indikator perhatian sebesar 4,36, ketertarikan sebesar 4,33, dan keterlibatan sebesar 4,30. Dengan demikian, seluruh indikator menunjukkan kecenderungan respons yang positif dan berada dalam kategori sangat tinggi.

Pembahasan

1. Perasaan Senang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator perasaan senang memperoleh nilai mean sebesar 4,42 dengan TCR 88% dan berada pada kategori sangat tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan memiliki perasaan positif ketika memanfaatkan konten edukasi *beauty* di TikTok sebagai sumber pembelajaran. Tingginya capaian pada indikator ini menunjukkan bahwa proses memperoleh informasi mengenai tata rias melalui TikTok dapat memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan bagi mahasiswa. Perasaan senang dalam belajar merupakan salah satu aspek yang berkaitan dengan munculnya minat terhadap suatu kegiatan. Agustin et al. (2025) menjelaskan bahwa minat belajar dapat dilihat melalui beberapa dimensi, termasuk perasaan senang, perhatian, ketertarikan, dan keterlibatan. Mahasiswa yang memiliki minat terhadap suatu aktivitas pembelajaran cenderung menunjukkan respons positif dan kemauan untuk mengikuti kegiatan tersebut.

Tingginya perasaan senang mahasiswa dalam penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik TikTok yang menyajikan informasi melalui video audiovisual dalam durasi relatif singkat. Setiawati dan Pratiwi (2022) menunjukkan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi perawatan kecantikan dan memiliki fitur audiovisual yang mampu menarik perhatian penonton dalam waktu yang singkat. Bagi mahasiswa Tata Rias, penyajian materi melalui video memungkinkan informasi mengenai teknik *makeup*, perawatan kecantikan, maupun

penggunaan produk ditampilkan secara lebih konkret sehingga proses belajar tidak hanya bergantung pada penjelasan secara teoritis.

Temuan tersebut juga sejalan dengan Qonitah et al. (2020) yang menjelaskan bahwa video tutorial dapat menjadi media alternatif dalam pembelajaran tata rias dan dapat digunakan sebagai bahan ajar mandiri. Video juga memungkinkan suatu proses ditampilkan secara lebih realistis serta dapat diputar ulang sesuai kebutuhan mahasiswa. Dengan demikian, tingginya perasaan senang dalam penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik visual dan audiovisual konten edukasi *beauty* di TikTok dapat menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan menyenangkan bagi mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan.

2. Ketertarikan

Indikator ketertarikan memperoleh nilai mean sebesar 4,33 dengan TCR 88% dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki ketertarikan yang kuat terhadap konten edukasi *beauty* di TikTok dan memiliki kecenderungan untuk menggunakan konten tersebut sebagai salah satu sumber informasi dalam pembelajaran tata rias. Tingginya ketertarikan tersebut menunjukkan bahwa konten edukasi *beauty* memiliki kesesuaian dengan kebutuhan dan bidang yang dipelajari mahasiswa. Ketertarikan tidak hanya muncul karena penggunaan TikTok sebagai media sosial, tetapi juga karena materi yang tersedia berkaitan langsung dengan bidang tata rias, seperti tutorial *makeup*, perawatan kecantikan, penggunaan produk, serta berbagai teknik kecantikan. Penelitian Rezeki et al. (2024) juga menggunakan ketertarikan sebagai salah satu indikator minat belajar mahasiswa, bersama dengan perasaan senang, perhatian, dan keterlibatan.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Setiawati et al. (2023) mengenai pemanfaatan TikTok untuk memenuhi kebutuhan informasi kecantikan mahasiswa Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa TikTok menyediakan beragam konten, termasuk konten kecantikan, yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna. Hal tersebut relevan dengan mahasiswa Tata Rias karena informasi yang diperoleh melalui konten *beauty* dapat menjadi referensi tambahan dalam memperkaya pengetahuan dan wawasan mengenai tata rias.

Selain itu, penelitian Rudiyanto et al. (2025) menunjukkan bahwa konten *beauty* influencer di TikTok berkaitan dengan pengetahuan tata rias wajah peserta didik. Penelitian tersebut secara khusus menempatkan TikTok sebagai alternatif dalam proses pembelajaran pada bidang tata rias yang memiliki karakteristik visual dan praktis. Oleh karena itu, tingginya ketertarikan mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konten edukasi *beauty* di TikTok memiliki daya tarik yang relevan dengan kebutuhan pembelajaran mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan.

3. Perhatian

Indikator perhatian memperoleh nilai mean sebesar 4,36 dengan TCR 87% dan berada pada kategori sangat tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memberikan perhatian terhadap konten edukasi *beauty* yang mereka akses di TikTok. Perhatian yang tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya melihat konten sebagai hiburan, tetapi juga mampu memusatkan fokus pada informasi yang berkaitan dengan pembelajaran tata rias. Tingginya perhatian mahasiswa dapat dipengaruhi oleh cara penyajian konten TikTok yang bersifat audiovisual dan ringkas. Setiawati dan Pratiwi (2022) menjelaskan bahwa TikTok memiliki karakteristik audiovisual yang dapat menarik perhatian penonton dalam durasi yang pendek. Karakteristik tersebut sesuai dengan kebutuhan pembelajaran tata rias yang banyak membutuhkan contoh visual untuk menjelaskan tahapan dan teknik secara lebih konkret.

Hasil ini juga sejalan dengan Qonitah et al. (2020) yang menjelaskan bahwa media video dapat digunakan untuk menerangkan suatu proses, memberikan gambaran yang lebih realistis, serta dapat dihentikan atau diputar kembali sesuai kebutuhan pengguna. Dalam konteks pembelajaran tata rias, mahasiswa dapat memperhatikan detail seperti urutan penggunaan produk, teknik aplikasi, arah gerakan, maupun hasil akhir riasan melalui video. Hal tersebut dapat membantu mahasiswa mempertahankan fokus ketika mempelajari suatu teknik.

Temuan penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian Lukitoyo et al. (2024), yang menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa dalam penelitiannya memandang konten edukasi TikTok sebagai media pembelajaran yang dapat menarik minat belajar. Dengan demikian, tingginya perhatian mahasiswa pada penelitian ini menunjukkan bahwa konten edukasi *beauty* di TikTok memiliki karakteristik penyajian yang mampu mempertahankan fokus mahasiswa terhadap informasi pembelajaran yang disampaikan.

4. Keterlibatan

Indikator keterlibatan memperoleh nilai mean sebesar 4,30 dengan TCR 86% dan berada pada kategori sangat tinggi. Meskipun memiliki nilai TCR paling rendah dibandingkan tiga indikator lainnya, keterlibatan mahasiswa tetap berada dalam kategori sangat tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya merasa senang, tertarik, dan memberikan perhatian terhadap konten edukasi *beauty*, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk terlibat dalam pemanfaatannya sebagai sumber pembelajaran.

Keterlibatan merupakan bagian penting dalam minat karena menunjukkan adanya partisipasi individu terhadap aktivitas yang diminatinya. Agustin et al. (2025) menempatkan keterlibatan sebagai salah satu dari empat dimensi minat belajar, bersama perasaan senang, perhatian, dan ketertarikan. Sementara itu, Rezeki et al. (2024) juga menggunakan keterlibatan sebagai salah satu indikator untuk mengukur minat belajar mahasiswa.

Dalam konteks penelitian ini, keterlibatan mahasiswa dapat terlihat dari kecenderungan memanfaatkan konten TikTok sebagai sumber belajar tambahan, mencari informasi mengenai teknik tata rias, mengikuti tutorial, serta menggunakan informasi yang diperoleh sebagai referensi dalam kegiatan belajar. Karakteristik TikTok yang memungkinkan adanya interaksi dan akses terhadap beragam konten juga memberikan peluang bagi mahasiswa untuk belajar secara lebih mandiri. Setiawati dan Pratiwi (2022) menunjukkan bahwa edukasi perawatan kecantikan melalui TikTok tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan interaktivitas antarpengguna.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh Rudiyanto et al. (2025), yang menunjukkan bahwa konten *beauty* influencer TikTok dapat digunakan sebagai alternatif dalam pembelajaran bidang tata rias. Selain itu, Qonitah et al. (2020) menunjukkan bahwa video tutorial dalam pembelajaran tata rias dapat digunakan sebagai bahan ajar mandiri bagi mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan video sebagai sumber belajar memungkinkan mahasiswa terlibat dalam proses pembelajaran secara lebih mandiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan terhadap konten edukasi *beauty* sebagai sumber pembelajaran di platform TikTok, dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil analisis pada empat indikator minat, yaitu perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan

keterlibatan, yang seluruhnya memperoleh kategori sangat tinggi. Indikator perasaan senang memperoleh nilai mean 4,42 dengan TCR 88%, ketertarikan memperoleh mean 4,33 dengan TCR 88%, perhatian memperoleh mean 4,36 dengan TCR 87%, sedangkan keterlibatan memperoleh mean 4,30 dengan TCR 86%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan respons yang sangat positif terhadap pemanfaatan konten edukasi *beauty* di TikTok sebagai sumber pembelajaran.

Dengan demikian, konten edukasi *beauty* di TikTok memiliki potensi untuk dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran tambahan bagi mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan. Tingginya minat mahasiswa terlihat tidak hanya dari ketertarikan terhadap konten, tetapi juga dari perasaan senang, perhatian terhadap materi, serta keterlibatan dalam memanfaatkan konten tersebut untuk mendukung proses belajar. Hasil ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi salah satu alternatif media pembelajaran digital yang menarik dan sesuai dengan karakteristik pembelajaran tata rias yang banyak membutuhkan penyajian visual dan praktik. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan konten edukasi *beauty* di TikTok secara lebih optimal sebagai sumber belajar tambahan, dengan tetap mempertimbangkan kesesuaian dan kredibilitas informasi yang diperoleh. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pendidik untuk mempertimbangkan pemanfaatan media sosial berbasis video sebagai pendukung pembelajaran yang lebih inovatif dan interaktif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi D4 Tata Rias dan Kecantikan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing dan seluruh mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan angkatan 2022 yang telah berpartisipasi sebagai responden serta memberikan kontribusi dalam proses pengumpulan data. Terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pembelajaran berbasis media digital, khususnya dalam bidang tata rias dan kecantikan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, M. S., Sumbawati, M. S., Kholis, N., & Achmad, F. (2025). Hubungan Antara Minat Belajar Siswa Dengan Hasil Belajar Siswa. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-teknik-elektro/article/view/63109/47898

Anisa, M., Putri, R. N., Regina, Y., & Nugraha, D. (2022). Pengembangan media tiktok pada mata pelajaran IPS perubahan sosial budaya sebagai modernisasi bangsa di sekolah dasar. Jurnal Basicedu, 6, 3(2), 524–532. https://journal.uii.ac.id/ajie/article/view/971

Barus, I. M. P., A S A Lestari, & Pritalia, G. L. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Sumber Informasi Pembelajaran Bagi Mahasiswa. 1(1), 17–23. https://ojs.uajy.ac.id/index.php/prosidingkonstelasi/article/view/9063/3529

Dewi, W. C., Qomariyah, G. F. A. N., & El-Yunusi, M. Y. M. (2024). Sistem Pengelolaan Kelas Inovatif dalam Menghubungkan Minat Belajar Siswa MTS. 7, 10222–10228.

Eliyarti, & Rahayu, C. (2021). Tinjauan Minat Belajar Mahasiswa Teknik Terhadap Penggunaan Media E-Learning Dalam Perkuliahan Kimia Dasar. Jurnal Genta Mulia, XII(2), 129–130. https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/view/385%0Ahttps://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/download/385/303

Febrianti, R. R., & Ferazona, S. (2024). Analisis Hubungan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Biologi Siswa di SMA Negeri 11 Pekanbaru. 4, 1746–1754. https://doi.org/10.38048/jcp.v4i2.3461

Fitriani, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran. Journal on Education, 05(03), 1006–1013. https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609

Jamilah, S., Astuti, A. F., Alifah, N., Firmansyah, D., & Kurnia, B. (2024). Penerapan Model Project Based Learning untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa. Jurnal Kiprah Pendidikan, 3(2), 106–113. https://doi.org/10.33578/kpd.v3i2.234

Kurnia, R. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya *Makeup* Mahasiswa Konsentrasi Tata Rias Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Perpustakan@unm.Ac.Id. https://lib.unm.ac.id/layanan/karya-ilmiah/pengaruh-penggunaan-media-sosial-tiktok-terhadap-gaya-*makeup*-mahasiswa-konsentrasi-tata-rias-jurusan-pendidikan-kesejahteraan-keluarga

Lukitoyo, P. S., Pratiwi, D., Pandiangan, M., Siregar, A. R., & Nababan, E. S. B. (2024). Persepsi Mahasiswa Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Medan tentang Penggunaan Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran Sejarah. Nababan Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(3), 5665–5676.

Mediana. (2022). TikTok Jadi Andalan Mencari Hiburan,Edukasi,dan Komedi. Kompas.Id. https://www.kompas.id/artikel/tiktok-jadi-andalan-mencari-hiburan-edukasi-dan-komedi/?utm_source=chatgpt.com

Munir, N. S. (2021). Pengembangan Aplikasi Media Pembelajaran. Steam Engineering, 3(1), 9–18. https://doi.org/10.37304/jptm.v3i1.2744

Qonitah, Z. R., Supiani, T., & Jubaedah, L. (2020). Pengembangan Video Tutorial Dalam Materi Rias Fantasi Di Program Studi Tata Rias. 10(1), 1–12.

Ramadhan, A., Urbasari, D. A., Sabirah, N., Rahma, S., & Nasution, S. S. (2025). Analisis Pengaruh Konten Hiburan Digital Terhadap Pola HidupMahasiswa. Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik, 2(4), 347–345.

Reportal, D. (2025). TikTok Users, Stats, Data & Trends for 2025. https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utmx=faq&utm_source=chatgpt.com

Rezeki, S., Tama, B. J., & Yuliyani3, R. (2024). Analisis Minat Belajar Mahasiswa pada Mata Kuliah Metode Numerik. Jurnal MediaTIK, 8, 163–166. https://doi.org/10.59562/mediatik.v7i2.2742

Rifa Qonitah, Z., Supiani, T., & Jubaedah Program Studi Pendidikan Tata Rias Zahrah, L. (n.d.). Pengembangan Video Tutorial dalam Materi Rias Fantasi di Program Studi Tata Rias.

Rudiyanto, M. G. L., Pritasari, O. K., Kusstianti, N., & Megasari, D. S. (2025). Pengaruh Konten *Beauty* Influencer TikTok Terhadap Pengetahuan Tata Rias Wajah Peserta Didik SMK PGRI 4 Pasuruan. Jurnal Tata Rias, 14(1), 131–137. https://doi.org/10.26740/jtr.v14n1.71514

Sasmita, R. S. (2020). Pemanfaatan internet sebagai sumber belajar. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 2.

Setiawati, M., & Pratiwi, A. (2022). Tiktok Sebagai Media Edukasi Perawatan Kecantikan. Cakrawala Repositori IMWI, 5(2), 416–430. https://doi.org/10.52851/cakrawala.v5i2.113

Setiawati, T., Krisnawati, M., & Yuliani, F. (2023). *Beauty* and *Beauty* Health Education Journal Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. In *Beauty* and *Beauty* Health Education Journal (Vol. 12, Issue 1). https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/bbhe