

## Efektivitas Penggunaan Media Sosial *YouTube* SKWAD *Beauty* Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah pada *Subscribers*

<sup>1\*\*</sup> Dhearowin Qatrunnada, <sup>2</sup>Vera Wijayanti Sutjipto, <sup>3</sup>Marisa Puspita Sary

<sup>123</sup>Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

<sup>1</sup> [DhearowinQatrunnada\\_1410619050@mhs.unj.ac.id](mailto:DhearowinQatrunnada_1410619050@mhs.unj.ac.id), <sup>2</sup> [verawijayanti@unj.ac.id](mailto:verawijayanti@unj.ac.id), <sup>3</sup> [marisapuspita@unj.ac.id](mailto:marisapuspita@unj.ac.id)

Diterima : Juni 2023

Disetujui : Agustus 2023

Diterbitkan: September 2023

### Abstrak

*Kehadiran berbagai jenis media sosial tentunya digunakan untuk berkomunikasi, mencari hiburan, hingga berbagi informasi. Dalam media sosial, informasi dapat disampaikan melalui berbagai bentuk salah satunya tayangan video melalui platform media sosial YouTube. Seperti YouTube channel dengan nama "SKWAD Beauty" merupakan sebuah channel yang membahas seputar kebutuhan para perempuan terkait produk kecantikan, beauty news, hingga tips dan trik dalam menjaga kesehatan dan merawat kesehatan kulit wajah hingga tubuh. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kuantitatif dengan paradigma positivisme serta jenis penelitian eksplanatif. Peneliti menggunakan metode survey dengan kuesioner yang disebarakan melalui google form sebagai alat pengumpulan data nya. Hasil dari penelitian ini menyatakan  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh secara simultan. Selain itu, nilai koefisien korelasi yang dimiliki adalah 0,975 yang berada pada rentang nilai 0,80 – 1,000 memiliki arti bahwa hubungan yang dimiliki sangat kuat. Kesimpulan yang dapat diambil ialah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel efektivitas dan variabel penggunaan media sosial terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi subscribers channel YouTube SKWAD Beauty.*

**Kata Kunci:** *Penggunaan Media Sosial, YouTube, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Kesehatan Kulit Wajah.*

### Abstract

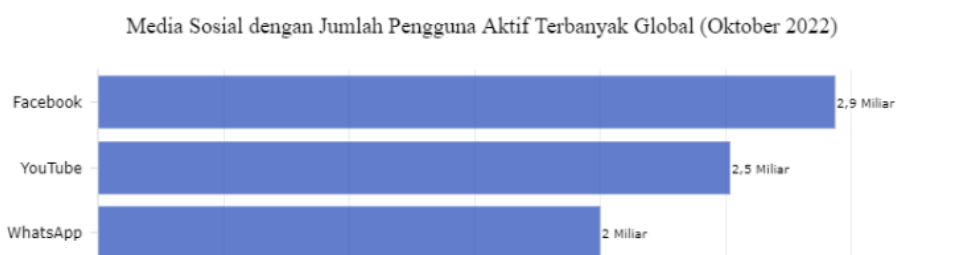
*The presence of various types of social media is of course used to communicate, seek entertainment, and share information. In social media, information can be conveyed in various forms, one of which is video viewing through the YouTube social media platform. For example, the YouTube channel with the name "SKWAD Beauty" is a channel that discusses the needs of women related to beauty products, beauty news, to tips and tricks on maintaining health and caring for the health of facial and body skin. The research method used is a quantitative research method with a positivist paradigm and an explanatory research type. Researchers used a survey method with questionnaires distributed via Google form as a data collection tool. The results of this study can be seen in the  $F$  count  $>$   $F$  table which means that there is a simultaneous influence. In addition, the correlation coefficient value is 0.975 which is in the range of 0.80 – 1.000, which means that the relationship is very strong. The conclusion that can be drawn is that there is a significant and positive influence between the effectiveness variable and the social media use variable on the fulfilment variable SKWAD Beauty YouTube channel subscriber information needs.*

**Keywords:** *Use of Social Media, YouTube, Fulfillment of Information Needs, Facial Skin Health.*

## PENDAHULUAN

Media sosial merupakan situs atau layanan daring yang memungkinkan para penggunanya untuk mengonsumsi juga mengikuti atau bahkan turut berpartisipasi dalam pembuatan, mengomentari, hingga menyebarkan berbagai konten yang tersedia melalui banyak format seperti tulisan, gambar, video, serta foto (Hidayatullah, 2020). Selain itu, media sosial juga merupakan sebuah media *online* yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial. Media sosial yang juga menggunakan teknologi berbasis web tersebut dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Junawan & Laugu, 2020).

Seperti yang kita ketahui, saat ini media sosial yang digunakan baik dari negara-negara segala penjuru dunia maupun di Indonesia sendiri telah banyak ragamnya. Diantaranya ialah *Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, Telegram, YouTube*, dan lain sebagainya. Kehadiran berbagai jenis media sosial tersebut tentunya digunakan untuk berkomunikasi, mencari hiburan, hingga berbagi informasi yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam penyampaiannya pada media sosial, informasi dapat berupa tulisan, gambar, foto, maupun sebuah tayangan video yang disajikan melalui berbagai macam *platform* media sosial salah satunya *YouTube*. *YouTube* adalah media sosial yang digunakan untuk mengunggah, menyaksikan, hingga berbagi video yang dapat diakses oleh semua orang (Setiadi et al., 2019).



**Gambar 1. Data Pengguna Aktif Media Sosial.**

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/>

Menurut data yang disajikan pada laman [katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id) pada Oktober 2022 lalu, media sosial *YouTube* berada pada peringkat ke dua dengan jumlah pengguna aktif terbanyak di dunia yakni sebanyak 2,51 miliar, diikuti dengan media sosial *Whatsapp* 2 miliar, dan *Instagram* sebanyak 1,38 miliar. Dikenal hingga memiliki tingkat popularitas sebagai *platform* yang kerap membagikan video *online*, media sosial *YouTube* menyediakan berbagai

jenis konten yang dapat disaksikan dari berbagai kalangan usia. Selain sebagai media hiburan, dalam *YouTube* juga digunakan para *content creator* sebagai wadah untuk saling membagikan informasi edukatif sekaligus konten-konten variatif lainnya yang dengan hal tersebut berhasil menjadikan media sosial *YouTube* memiliki minat pengguna yang tinggi dibanding situs media sosial lainnya. Keunggulan dari media sosial *YouTube* yakni informatif, *cost effective*, potensial, praktis dan lengkap, *shareable*, dan interaktif (Tinambunan, 2022).

Melalui *YouTube*, pengguna dapat memilih dengan bebas terkait jenis tayangan yang sedang mereka butuhkan. *YouTube channel* dengan nama “*SKWAD Beauty*” merupakan sebuah channel yang membahas seputar kebutuhan-kebutuhan para perempuan terkait produk kecantikan, mengulas rekomendasi terkait produk kecantikan, *beauty news*, hingga tips dan trik dalam menjaga kesehatan dan merawat kulit wajah hingga tubuh.

Berdasarkan hasil survey *ZAP beauty index 2023* yang menunjukkan bahwa perempuan Indonesia yakni sebanyak 50,1% merasa kurang percaya diri dengan kondisi kulit wajah mereka. Faktor lainnya selain kulit wajah adalah kondisi badan mereka, seperti halnya ukuran atau berat badan sebanyak 44,90%.

Penampilan merupakan hal utama yang sangat diperhatikan oleh setiap orang baik laki-laki maupun perempuan. Tentunya dengan memiliki kulit yang sehat juga tampilan *make up* yang cocok dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Perempuan yang tengah berada dalam fase tumbuh dewasa dimana telah mengalami pubertas biasanya akan mengalami berbagai permasalahan kulit wajah seperti misalnya wajah berminyak, kulit kering, kulit kusam, hingga kulit berjerawat.

Sedangkan sebuah survey yang baru-baru ini dirilis oleh Jakpat bertajuk “*Beauty Trends 2022*” mengungkapkan bahwa sebesar 94 persen responden laki-laki setuju jika merawat kulit wajah merupakan salah satu bentuk investasi kulit yang sehat. Hampir seluruh laki-laki percaya bahwa kondisi kulit yang baik dapat meningkatkan kepercayaan diri.

Sebuah penelitian menyebutkan bahwa sebanyak 85% populasi manusia mengalami masalah kulit berjerawat pada usia 12-25 tahun, sedangkan 15% lainnya pada usia 25 tahun keatas. Permasalahan-permasalahan kulit wajah yang kerap dialami tersebut biasanya muncul akibat dari pola hidup tidak teratur, mengonsumsi makanan yang tidak sehat, sedang dalam kondisi stress, kesalahan dalam pemilihan jenis *skin care* hingga kesalahan dalam mencuci wajah.

Oleh karena itu untuk menghindari permasalahan-permasalahan kulit wajah yang ada dengan merawat kesehatan kulit wajah, baik perempuan maupun laki-laki akan melakukan berbagai macam cara salah satunya dengan memperbanyak pengetahuan melalui pencarian informasi terkait hal tersebut.

Alasan dari kebutuhan seseorang akan informasi biasanya karena terdapat masalah dalam dirinya yang dirasa tidak memadai untuk mencapai suatu tujuan dalam hidupnya. Hal tersebut menjadi penyebab seseorang mencari masukkan serta sumber-sumber yang berasal dari luar dirinya. Permintaan akan informasi dengan sendirinya akan mengikuti seseorang yang tengah membutuhkan suatu informasi. Sebab, permintaan dan kebutuhan sangat berkaitan erat karena apa yang diminta tentu merupakan apa yang dibutuhkan (Rohman & Husna, 2017).

Pada zaman teknologi ini, dalam pencarian informasi yang diinginkan seseorang baik perempuan maupun laki-laki akan memilih menggunakan beberapa sumber media untuk memperkuat informasi yang nantinya akan digunakan untuk mendukung kesehatan kulit wajah mereka. Selain untuk menghemat waktu, mencari informasi yang kita butuhkan melalui media sosial juga dapat menghemat tenaga serta menghemat pengeluaran uang.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Indah Laily Hilmi, Nalisha Putri Rianoor, dan Vesara Ardhe Gatera yakni sebanyak 54,33% responden penelitian menyatakan bahwa mereka mendapatkan informasi melalui media sosial. Presentase tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan media *offline* seperti misalnya brosur dan koran yang memperoleh angka lebih kecil yakni 45,67%. Dengan mudahnya mengakses komunikasi serta informasi yang disebarkan membuat media sosial memiliki kekuatan yang sangat besar dalam hal memberikan pengaruh dan mengedukasi masyarakat (Sekarwulan et al., 2020).

Sebuah penelitian serupa mengenai penggunaan media sosial Instagram @Jktinfo yang dilakukan oleh (Helen & Rusdi, 2019) memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada penggunaan media sosial Instagram @Jktinfo dengan indikator *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* nya dibuktikan dengan hasil kuisioner yang memiliki nilai rata-rata 65,5% responden penelitian menyatakan bahwa mereka setuju. Pengikut akun tersebut mengaku sangat terbantu dalam mendapatkan dan memenuhi kebutuhan informasi dengan adanya akun @Jktinfo. Karena, pengguna dapat dengan mudah mendapatkan informasi-informasi seputar Kota Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka artikel ini memiliki fokus untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial *YouTube SKWAD Beauty* sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode survey dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode survey diartikan sebagai metode dari penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data-data pada masa lampau hingga saat ini yang meliputi keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan antar variabel, serta untuk menguji hipotesis tentang variabel dari sampel yang diambil pada suatu populasi dengan menyebarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan lain sebagainya (Sugiyono, 2013). Sedangkan paradigma dalam penelitian ini ialah paradigma positivisme serta jenis penelitian eksplanatif atau eksplanatori. Jenis penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk menguji pengaruh yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti yaitu variabel bebas dengan variabel terikat (Brier & lia dwi jayanti, 2020). Objek yang digunakan dalam penelitian ini ialah *YouTube SKWAD Beauty* dengan subjek penelitian yang digunakan yakni mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019. Waktu penelitian dilakukan sejak bulan Mei hingga Juni atau selama 1 bulan.

Dalam penelitian berjudul efektivitas penggunaan media sosial *YouTube SKWAD Beauty* untuk pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah, peneliti menggunakan metode survey dengan kuesioner atau angket yang disebarakan melalui *google form* sebagai alat pengumpulan datanya. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode analisis deskriptif dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi linear sederhana.

Populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan selanjutnya akan dipelajari sampai ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 sebanyak 81 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan acak tanpa melihat jenjang atau dikenal dengan teknik Simple Random Sampling (Ningtyas et al., 2014). Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh jumlah sampel dengan perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Batas kesalahan (yang digunakan peneliti adalah 10%)

Cara penghitungannya adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{81}{1 + 81(10\%)^2}$$

$$n = \frac{81}{1 + 0.81}$$

$$n = \frac{81}{1.81}$$

n = 44.7 atau jika dibulatkan menjadi 45 responden.

Berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin diatas, maka dapat diketahui bahwa total sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni 45 responden. Pengukuran variabel dalam penelitian adalah dengan menggunakan skala *likert*.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah H<sub>0</sub> (*The Null Hypothesis*) yakni a) H<sub>01</sub> : Efektivitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah pada mahasiswa. b) H<sub>02</sub>: Penggunaan media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah pada mahasiswa. c) H<sub>03</sub>: Efektivitas dan penggunaan media tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah pada mahasiswa. Hipotesis selanjutnya adalah H<sub>a</sub> (*The Alternative Hypothesis*) yakni a) H<sub>a1</sub>: Efektivitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah pada mahasiswa. b) H<sub>a2</sub>: Penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah pada

mahasiswa. c) Ha3: Efektivitas dan penggunaan media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah pada mahasiswa

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini telah terkumpul sejumlah data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan yakni 45 responden. Berikut ini merupakan uraian serta penjelasan tabel hasil yang telah peneliti lakukan:

**Tabel 1. Hasil Uji Korelasi**

<b>Correlations</b>			
		<b>Agresivitas</b>	<b>Religiusitas</b>
Efektivitas terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	1	.975**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	45	45
Penggunaan Media Sosial terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.975**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	45	45

Sumber: Data olahan SPSS peneliti.

Pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi yang dimiliki oleh efektivitas X1 terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Y adalah 0,000. Begitu pun dengan penggunaan media sosial X2 terhadap kebutuhan informasi Y memiliki nilai signifikansi 0,000. Hal tersebut membuktikan bahwa antara X1 maupun X2 terhadap Y memiliki hubungan atau saling berkorelasi. Dengan interpretasi nilai koefisien korelasi yang dimiliki adalah 0,975 yang berada pada rentang nilai 0,80 – 1,000 memiliki arti bahwa hubungan yang dimiliki sangat kuat (Sugiyono, 2014).

Tabel 2. Uji Simultan X1 dan X2 terhadap Y

Variabel	F	Sig.
a. Dependent Variable : Pemenuhan Kebutuhan Informasi	422.941	.000
b. Predictors: (constant), Penggunaan Media Sosial, Efektivitas		

Sumber: Data olahan SPSS peneliti.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai F tabel yang diperoleh ialah 3,22. Oleh karena itu, dapat disimpulkan jika F hitung > F tabel yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh secara simultan. Dapat disimpulkan bahwa (Ha) diterima dan (Ho) ditolak maka terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas dan penggunaan media sosial *YouTube SKWAD Beauty* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *subscribers*.

## SIMPULAN

Setelah mengetahui hasil dan pembahasan penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil ialah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel efektivitas dan variabel penggunaan media sosial terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi *subscribers channel YouTube SKWAD Beauty*. Kesimpulan berikutnya ialah variabel X1 dan X2 yakni efektivitas dan penggunaan media sosial memiliki arah pengaruh positif. Hasil tersebut membuktikan bahwa telah ada penggunaan media sosial serta *YouTube channel SKWAD Beauty* telah efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *subscribersnya*.

Kelebihan dalam penelitian ini terdapat pada bahasa yang digunakan serta penyajian data dalam bentuk tabel pada bagian hasil dan pembahasan yang membuat pembaca mudah untuk memahami. Sedangkan kekurangan dalam penelitian ini terdapat pada kurangnya gambar untuk menggambarkan suatu fenomena. Saran yang dapat saya berikan untuk kemungkinan pengembangan penelitian selanjutnya adalah populasi dan sampel yang digunakan lebih diperluas jangkauannya supaya hasil penelitian yang diperoleh lebih baik dan lebih akurat lagi.



## REFERENSI

- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Metode Penelitian* (Vol. 21, Issue 1). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. *Prologia*, 2(2), 355. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). *Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Ningtyas, W., Saputro, S., & Mulyani, S. (2014). *Pembelajaran Kimia Menggunakan Model Kooperatif Tipe Team Assisted Individualization ( Tai ) Dilengkapi Media Peta Konsep dan Media Lingkaran Hidrokarbon*. *Jurnal Inkuiri*, 3(3), 120–128.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). *Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015*. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Sekarwulan, A., Novita, Purwanto, H., & Safitri, D. (2020). *Peran Instagram @p2ptmkemenkesri Sebagai Media Kampanye Kesehatan*. *Communications*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.21009/communications.2.1.1>
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). *Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial*. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313–323. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Tinambunan, T. M. (2022). *Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Dikalangan Pelajar*. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 14–21. <https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>