



**PERAN INSTAGRAM DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI MAKEUP DI
KALANGAN MAHASISWA TATA KECANTIKAN**

Faradicka Husnul Khuluq¹, Maria Krisnawati²

Universitas Negeri Semarang^{1,2}

e-mail: faradicka08@students.unnes.ac.id

Diterima: 12/05/2026; Direvisi: 21/05/2026; Diterbitkan: 30/05/2026

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah memengaruhi penyampaian informasi di berbagai bidang, termasuk tata kecantikan. Instagram banyak digunakan mahasiswa sebagai sumber referensi makeup, tren kecantikan, dan penggunaan produk karena bersifat visual dan mudah diakses. Platform ini menyediakan konten seperti tutorial, ulasan produk, dan informasi tren yang menarik. Namun, kajian tentang peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan masih terbatas. Selain itu, tidak semua informasi di Instagram mudah dipahami secara mendalam karena lebih menekankan aspek visual daripada penjelasan rinci. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan subjek penelitian 62 responden mahasiswa tata kecantikan angkatan 2022. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert 4 poin yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan nilai rata-rata (mean) dan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran yang baik dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa daya tarik konten, manfaat informasi, kejelasan informasi, dan kemudahan pemahaman berada pada kategori baik hingga sangat baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media informasi dan pembelajaran yang cukup efektif dalam bidang tata kecantikan. Namun demikian, masih diperlukan peningkatan dalam kualitas penyajian informasi agar lebih jelas, edukatif, dan mudah dipahami oleh pengguna.

Kata Kunci: *Instagram, Informasi Makeup, Media Sosial*

ABSTRACT

The development of social media, especially Instagram, has influenced the delivery of information in various fields, including beauty education. Instagram is widely used by students as a source of references for makeup techniques, beauty trends, and product usage because it is visually oriented and easily accessible. The platform provides various types of content such as makeup tutorials, product reviews, and beauty trend information that attract users. However, studies specifically examining the role of Instagram in delivering makeup information among beauty education students are still limited. In addition, not all information shared on Instagram can be fully understood because the platform often emphasizes visual aspects rather than detailed explanations. Therefore, this study aims to examine the role of Instagram in delivering makeup information among beauty education students. This study employed a quantitative descriptive approach involving 62 beauty education students from the 2022 cohort as respondents. Data were collected using a 4-point Likert scale questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data were analyzed using mean scores and percentages. The



findings showed that Instagram plays a positive role in delivering makeup information among beauty education students. The attractiveness of the content, usefulness of information, clarity of information, and ease of understanding were categorized as good to very good. Based on these findings, it can be concluded that Instagram functions not only as an entertainment platform but also as an effective medium for information and learning in the field of beauty. Nevertheless, improvements in the quality of information presentation are still needed to make the content clearer, more educational, and easier for users to understand.

Keywords: *Instagram, Makeup Information, Social Media*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara memperoleh, mengolah, dan menyampaikan informasi. Salah satu dampak dari perkembangan tersebut adalah munculnya media sosial sebagai sarana komunikasi yang tidak hanya digunakan untuk berinteraksi, tetapi juga sebagai sumber informasi yang mudah diakses oleh masyarakat luas. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara cepat, interaktif, serta tanpa batasan ruang dan waktu sehingga memiliki peran penting dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan (Habibah & Putri, 2023). Perkembangan media sosial juga menyebabkan perubahan pola masyarakat dalam memperoleh informasi, dimana informasi saat ini lebih banyak diakses melalui platform digital dibandingkan media konvensional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya generasi muda.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial mengalami peningkatan yang pesat, terutama di kalangan mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi digital cenderung memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran dan sumber informasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa sekaligus sebagai sarana untuk mendukung proses pembelajaran (Habibah & Putri, 2023; Lubis & Sikumbang, 2024). Selain itu, penggunaan media sosial juga berperan dalam membentuk pola konsumsi informasi dan gaya hidup mahasiswa (Bowo et al., 2023). Penelitian Fadly & Desriyen (2025) juga menyebutkan bahwa mahasiswa memanfaatkan Instagram sebagai media informasi karena kemudahan akses serta kecepatan penyampaian informasi yang diberikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap aktivitas dan perilaku mahasiswa dalam memperoleh informasi sehari-hari.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Instagram memiliki keunggulan dalam menyajikan konten berbasis visual seperti foto dan video yang dinilai lebih menarik serta mudah dipahami oleh pengguna. Karakteristik visual ini menjadikan Instagram sebagai media yang efektif dalam menyampaikan informasi yang bersifat praktis dan aplikatif. Konten visual yang menarik juga terbukti mampu meningkatkan ketertarikan serta keterlibatan pengguna dalam mengakses informasi (Kowiyanto et al., 2025). Astuti (2021) menjelaskan bahwa tata letak visual dan desain konten pada Instagram mampu meningkatkan daya tarik pengguna terhadap informasi yang disampaikan. Selain itu, penggunaan fitur seperti *reels*, *stories*, dan video tutorial membuat proses penyampaian informasi menjadi lebih interaktif dan tidak membosankan (Dafa & Hariyanti, 2021). Dengan demikian, Instagram memiliki potensi yang besar sebagai media penyampaian di era digital.

Dalam konteks tersebut, Instagram tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi sarana penyebaran informasi yang cepat dan luas, khususnya di



kalangan mahasiswa. Tingginya intensitas penggunaan Instagram menjadikan platform ini sebagai salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan kebutuhan akademik maupun keterampilan praktis. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi sebagai media pembelajaran informal yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa di era digital. Penelitian Asyari et al. (2024) menjelaskan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran karena mampu menyampaikan informasi secara komunikatif dan menarik bagi pengguna. Selain itu, Aprilia (2024) juga menyatakan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang fleksibel kapan saja dan dimana saja. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media edukatif yang mendukung kebutuhan informasi pengguna.

Dalam bidang tata kecantikan, khususnya makeup, penyampaian informasi tidak hanya berbentuk teori, tetapi juga membutuhkan visualisasi dan praktik secara langsung. Instagram menyediakan berbagai konten seperti tutorial makeup, ulasan produk, serta tren kecantikan yang terus berkembang. Hal ini menjadikan Instagram sebagai salah satu sumber referensi bagi mahasiswa dalam mempelajari teknik makeup. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap persepsi dan minat pengguna terhadap konten kecantikan (Saputri & Pinem, 2022). Selain itu, Nadhila & Jamil (2024) menjelaskan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam penyampaian informasi dan pemasaran produk kecantikan karena konten visual yang menarik lebih mudah memengaruhi pengguna. Penelitian Al-Wasilah et al., (2025) juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap preferensi gaya makeup mahasiswa karena pengguna cenderung mengikuti tren kecantikan yang sering muncul di media sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa Instagram memiliki pengaruh yang cukup besar dalam bidang tata kecantikan, khususnya dalam penyampaian informasi makeup.

Selain itu, Instagram juga dimanfaatkan sebagai media pembelajaran di berbagai bidang, yang menunjukkan bahwa platform ini memiliki potensi sebagai media edukatif. Media sosial mampu meningkatkan pemahaman dan literasi digital pengguna melalui penyajian konten yang menarik dan mudah diakses (Asyari et al., 2024; Bahrudin et al., 2021; Nugroho, 2022). Penelitian Poernomo et al. (2025) juga menjelaskan bahwa media sosial dapat menjadi inovasi pembelajaran di era digital karena mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dalam proses belajar. Selain itu, Habibah & Putri (2023) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dalam pembelajaran dapat meningkatkan minat belajar pengguna karena informasi disampaikan secara lebih menarik dan interaktif. Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai media pembelajaran memiliki potensi yang cukup besar dalam mendukung kebutuhan belajar mahasiswa.

Namun demikian, penggunaan Instagram sebagai sumber informasi juga memiliki keterbatasan. Tidak semua informasi yang disampaikan dapat dipahami secara mendalam oleh pengguna. Perbedaan kualitas konten, kejelasan penyampaian, serta kecenderungan konten yang lebih menekankan aspek visual dibandingkan kedalaman informasi dapat memengaruhi pemahaman pengguna. Nugroho (2022) menyatakan bahwa kemampuan literasi digital pengguna memengaruhi tingkat pemahaman terhadap informasi yang diperoleh melalui media sosial. Selain itu, Firdausi & Putri (2021) menjelaskan bahwa pengguna media sosial cenderung lebih fokus pada kepuasan penggunaan dibandingkan memahami isi informasi secara mendalam. Penelitian Kristy (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas informasi pada media sosial memengaruhi tingkat kepuasan dan pemahaman pengguna terhadap informasi yang diterima. Oleh karena itu, meskipun Instagram memiliki banyak keunggulan dalam penyampaian informasi, kualitas isi konten tetap perlu di perhatikan agar informasi yang diterima pengguna lebih akurat dan mudah dipahami.

Penelitian sebelumnya umumnya membahas media sosial dalam konteks komunikasi, pemasaran, serta kepuasan pengguna media sosial (Andini et al., 2024; Putra, 2025). Selain itu, beberapa penelitian juga menyoroti dampak penggunaan Instagram terhadap perilaku mahasiswa, seperti kecenderungan prokrastinasi akademik akibat penggunaan media sosial yang berlebih (Zatrahadi & Salsabila, 2024). Penelitian lain juga lebih banyak membahas penggunaan Instagram sebagai media pemasaran dan *branding* dibandingkan sebagai media penyampaian informasi makeup di bidang tata kecantikan. Dengan demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana Instagram berperan dalam membantu mahasiswa memperoleh informasi makeup.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan berdasarkan aspek kejelasan informasi, daya tarik konten, kemudahan pemahaman, dan manfaat informasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Pendekatan ini digunakan karena mampu menjelaskan fenomena berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara objektif melalui perhitungan statistik sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa tata kecantikan angkatan 2022 yang berjumlah 77 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh (total sampling), yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Dari jumlah populasi tersebut, diperoleh sebanyak 62 responden yang bersedia mengisi kuesioner dan digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator penelitian, yaitu kejelasan informasi, daya tarik konten, kemudahan pemahaman, dan manfaat informasi. Setiap indikator dijabarkan ke dalam beberapa butir pernyataan untuk mengukur persepsi responden secara lebih rinci. Kuesioner menggunakan skala Likert dengan 4 pilihan jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Sebelum digunakan, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji coba untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas setiap butir pernyataan.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa sebagian besar item pernyataan dinyatakan valid, sedangkan item yang tidak memenuhi kriteria validitas tidak digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics*.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan nilai rata-rata (mean) dan persentase. Nilai rata-rata digunakan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap setiap pernyataan yang telah dinyatakan valid, sedangkan persentase digunakan untuk memperjelas hasil analisis dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Perhitungan persentase dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Mean}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100$$

Adapun kriteria interpretasi skor dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Kriteria Interpretasi Skor

Interval Nilai	Kategori
3,25 - 4,00	Sangat Baik
2,50 - 3,24	Baik
1,75 - 2,49	Cukup
1,00 - 1,74	Kurang

Kriteria tersebut digunakan sebagai dasar dalam mengelompokkan hasil analisis sehingga memudahkan dalam penarikan kesimpulan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh berdasarkan data kuesioner yang telah diisi oleh 62 responden mahasiswa tata kecantikan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menghitung nilai rata-rata (mean) dan persentase pada setiap indikator penelitian. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Adapun hasil penelitian disajikan dalam bentuk tabel nilai rata-rata setiap pernyataan serta analisis per indikator yang meliputi kejelasan informasi, daya tarik konten, kemudahan pemahaman, dan manfaat informasi.

Hasil

Hasil penelitian diperoleh dari 62 responden mahasiswa tata kecantikan yang telah mengisi kuesioner. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan nilai rata-rata (mean) dan persentase untuk mengetahui peran Instagram dalam penyampaian informasi makeup. Analisis ini dilakukan terhadap setiap butir pernyataan yang telah dinyatakan valid sehingga dapat menggambarkan kecenderungan jawaban responden secara keseluruhan. Selain itu, hasil analisis juga disusun berdasarkan indikator penelitian untuk memberikan gambaran yang lebih terstruktur. Hasil analisis rata-rata setiap pernyataan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Nilai Rata-Rata (Mean)

Responden	N	Mean
P1	62	3,44
P3	62	3,11
P4	62	3,02
P5	62	3,34
P6	62	3,31
P7	62	3,03
P8	62	3,21
P9	62	2,98
P10	62	2,94
P11	62	2,90
P12	62	2,87
P13	62	3,23

P14	62	3,21
P16	62	3,27

Sumber: Data diolah (2026)

Selanjutnya, untuk memberikan gambaran yang lebih ringkas, hasil analisis dikelompokkan berdasarkan indikator penelitian yang meliputi kejelasan informasi, daya tarik konten, kemudahan pemahaman, dan manfaat informasi. Pengelompokan indikator dilakukan agar hasil penelitian lebih mudah dipahami dan dianalisis secara terstruktur. Setiap indikator menunjukkan aspek yang berbeda dalam melihat peran Instagram sebagai media penyampaian informasi make-up di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Hasil analisis tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Per Indikator

No	Indikator Pernyataan	Nilai	Persentase
1	Kejelasan Informasi	3,19	80%
2	Daya Tarik Konten	3,22	81%
3	Kemudahan Pemahaman	2,92	73%
4	Manfaat Informasi	3,24	81%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa seluruh indikator berada pada kategori baik hingga sangat baik. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada daya tarik konten 81% (sangat baik), manfaat informasi 81% (sangat baik), dan kejelasan informasi 80% (baik), sedangkan indikator dengan nilai terendah terdapat pada kemudahan pemahaman 73%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konten Instagram menarik dan bermanfaat, tingkat pemahaman pengguna terhadap informasi yang disampaikan masih perlu ditingkatkan. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran cukup baik dalam penyampaian informasi make-up di kalangan mahasiswa tata kecantikan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,20 dengan persentase 80% yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran yang baik dalam penyampaian informasi make-up di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media informasi dan pembelajaran yang cukup efektif bagi mahasiswa. Instagram memudahkan mahasiswa dalam memperoleh berbagai referensi make-up melalui konten visual yang menarik dan mudah diakses kapan saja. Selain itu, fitur-fitur Instagram seperti *reels*, *stories*, dan video tutorial juga membantu pengguna memahami informasi secara lebih praktis dan interaktif. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Habibah & Putri (2023) yang menyatakan bahwa media sosial dapat mendukung proses pembelajaran karena informasi dapat diakses secara cepat dan interaktif. Penelitian Poernomo et al. (2025) juga menjelaskan bahwa media sosial di era digital telah berkembang menjadi inovasi media pembelajaran yang mampu mendukung kebutuhan belajar mahasiswa. Selain itu, Lubis & Sikumbang (2024) menyebutkan bahwa Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan manusia sebagai sumber informasi dan sarana memperoleh pengetahuan tambahan. Dengan demikian, Instagram memiliki potensi yang cukup besar dalam mendukung mahasiswa memperoleh informasi terkait make-up dan kecantikan.

Pada indikator kejelasan informasi, diperoleh persentase sebesar 80% yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai informasi make-up yang disampaikan melalui Instagram cukup jelas dan dapat dipahami. Penyajian



informasi dalam bentuk visual seperti foto, video, tutorial, dan *reels* membantu mahasiswa memahami isi konten dengan lebih praktis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Asyari et al. (2024) yang menyatakan bahwa Instagram mampu dimanfaatkan sebagai media pembelajaran karena penyajiannya lebih komunikatif dan menarik. Bahrudin et al. (2021) juga menjelaskan bahwa penggunaan Instagram dalam pembelajaran dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa karena informasi disampaikan secara lebih interaktif. Selain itu, Nugroho (2022) menyebutkan bahwa media sosial berbasis visual mampu meningkatkan literasi digital mahasiswa dalam memahami informasi pembelajaran. Penelitian (Fadly & Desriyen, 2025) turut menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran sebagai media penyampaian informasi yang efektif di kalangan mahasiswa karena informasi dapat diperoleh secara cepat dan mudah diakses. Dengan demikian, kejelasan informasi menjadi salah satu faktor yang mendukung Instagram sebagai media penyampaian informasi makeup.

Pada indikator daya tarik konten, diperoleh persentase sebesar 81% yang termasuk dalam kategori sangat baik dan menjadi salah satu nilai tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa konten makeup di Instagram memiliki tampilan visual yang menarik sehingga mampu meningkatkan minat pengguna dalam mengakses informasi lebih lanjut. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kowiyanto et al. (2025) yang menyatakan bahwa konten visual pada media sosial memiliki pengaruh besar terhadap ketertarikan pengguna dalam mengakses suatu informasi. Penelitian Astuti (2021) juga menjelaskan bahwa penerapan visual *layout* pada Instagram memengaruhi daya tarik konten sehingga pengguna lebih tertarik untuk melihat informasi yang disampaikan. Selain itu, Dafa & Hariyanti (2021) menyebutkan bahwa fitur Instagram seperti *stories* dan video pendek mampu meningkatkan perhatian serta minat pengguna terhadap konten. Penelitian Bowo et al. (2023) turut menjelaskan bahwa media sosial Instagram memiliki pengaruh terhadap gaya hidup manusia karena konten visual yang menarik lebih mudah memengaruhi pengguna. Dalam konteks kecantikan, Nadhila & Jamil (2024) juga menjelaskan bahwa Instagram menjadi media pemasaran dan informasi kecantikan yang efektif karena mampu menarik perhatian pengguna melalui tampilan visual yang menarik. Dengan demikian, daya tarik visual menjadi salah satu kekuatan utama Instagram dalam penyampaian informasi makeup. Daya tarik visual ini menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pengguna serta meningkatkan minat untuk mengakses informasi lebih lanjut.

Namun, pada indikator kemudahan pemahaman diperoleh persentase sebesar 73%, yang merupakan nilai terendah dibandingkan indikator lainnya meskipun masih dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua responden dapat memahami informasi yang disampaikan melalui Instagram secara mendalam. Artinya, meskipun tampilan konten menarik dan informatif, beberapa informasi terkadang disampaikan secara singkat sehingga pengguna kurang memahami isi materi secara detail. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugroho (2022) yang menyatakan bahwa pemahaman informasi digital dipengaruhi oleh kemampuan literasi digital pengguna dalam mengolah informasi yang diterima melalui media sosial. Selain itu, Asyari et al. (2024) menjelaskan bahwa media sosial sebagai media pembelajaran masih keterbatasan dalam penyampaian materi secara mendalam dibandingkan pembelajaran langsung. Penelitian Firdausi & Putri (2021) juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung lebih fokus pada kepuasan penggunaan dibandingkan pemahaman isi informasi secara menyeluruh. Saputri & Pinem (2022) turut menjelaskan bahwa media sosial berbasis visual lebih menonjolkan tampilan dibandingkan kedalaman isi informasi yang disampaikan kepada pengguna. Dengan demikian, meskipun Instagram mampu menarik perhatian pengguna,



kualitas penyampaian informasi tetap perlu diperhatikan agar informasi dapat dipahami secara lebih mendalam.

Pada indikator manfaat informasi, diperoleh persentase sebesar 81% yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa informasi makeup di Instagram memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan makeup. Instagram tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi sumber referensi dan media pembelajaran alternatif yang membantu mahasiswa memperoleh berbagai informasi kecantikan secara praktis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lubis & Sikumbang (2024) yang menyatakan bahwa mahasiswa memanfaatkan Instagram untuk memperoleh informasi dan pengetahuan tambahan sesuai kebutuhan mereka. Penelitian Aprilia (2024) juga menjelaskan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran karena penyampaian informasi lebih mudah diakses dan menarik bagi pengguna. Selain itu, Poernomo et al. (2025) menyebutkan bahwa media sosial memiliki peran sebagai inovasi pembelajaran di era digital karena mampu memberikan kemudahan akses informasi kepada pengguna. Penelitian Andini et al. (2024) turut menjelaskan bahwa kualitas penyampaian informasi pada media sosial mampu meningkatkan kepuasan pengguna dalam memperoleh informasi. Dalam bidang kecantikan, Al-Wasilah et al. (2025) menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap preferensi gaya makeup mahasiswa karena informasi yang diperoleh melalui media sosial dianggap relevan dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, Instagram memberikan manfaat yang cukup besar dalam membantu keterampilan makeup.

Meskipun demikian, penggunaan Instagram juga memiliki sisi lain yang perlu diperhatikan. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan distraksi dan mengurangi fokus mahasiswa terhadap aktivitas akademik. Selain itu, pengguna sering kali menerima informasi secara cepat tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut terhadap kebenaran informasi yang diperoleh. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kualitas pemahaman pengguna terhadap informasi yang diterima melalui media sosial. Penelitian Zatrachadi & Salsabila (2024) menyebutkan bahwa penggunaan Instagram secara berlebihan dapat memengaruhi prokrastinasi akademik mahasiswa. Selain itu, Kristy (2024) menjelaskan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap media sosial dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diterima sehingga pengguna perlu lebih selektif dalam memilih informasi yang benar dan terpercaya. Penelitian Firdausi & Putri (2021) juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat memengaruhi pola pikir pengguna dalam mengakses informasi. Oleh karena itu, penggunaan Instagram sebagai media informasi perlu dilakukan secara bijak agar manfaat yang diperoleh dapat lebih optimal dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi pengguna.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran yang signifikan dalam penyampaian informasi makeup di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Hal ini terlihat dari tingginya nilai pada indikator daya tarik konten dan manfaat informasi yang berada pada kategori sangat baik, serta didukung oleh indikator lainnya yang berada pada kategori baik. Temuan ini memperlihatkan bahwa karakteristik Instagram yang berbasis visual mampu mendukung penyampaian informasi makeup secara lebih menarik, praktis, dan mudah diakses oleh mahasiswa. Penelitian Putra (2025) menyatakan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam penyampaian informasi di era digital karena jangkauannya yang luas dan mudah digunakan. Selain itu, Habibah & Putri (2023) juga menjelaskan bahwa media sosial mampu mendukung proses pembelajaran melalui penyampaian informasi yang lebih interaktif dan fleksibel.

Dengan demikian, Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran yang efektif dalam bidang tata kecantikan. Namun, diperlukan peningkatan dalam kualitas penyajian

konten agar informasi yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga lebih jelas, mendalam, dan mudah dipahami oleh pengguna. Penyampaian informasi yang lebih terstruktur dapat membantu mahasiswa memahami isi konten secara lebih baik dan tidak hanya berfokus pada tampilan visual semata. Selain itu, pengembangan konten yang lebih edukatif juga meningkatkan kualitas informasi yang diterima oleh mahasiswa. Hal ini penting agar Instagram dapat memberikan kontribusi yang lebih maksimal dalam mendukung proses pembelajaran dan pengembangan keterampilan make up mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Instagram memiliki peran yang baik dalam penyampaian informasi make up di kalangan mahasiswa tata kecantikan. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sumber informasi dan media pembelajaran yang membantu mahasiswa memperoleh pengetahuan mengenai teknik make up, tren kecantikan, serta penggunaan produk make up. Penyajian konten yang berbasis visual membuat informasi lebih menarik, interaktif, dan mudah diakses oleh mahasiswa. Selain itu, Instagram juga membantu mahasiswa memperoleh referensi make up secara lebih praktis sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan tren kecantikan saat ini.

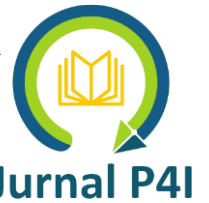
Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak semua informasi yang disampaikan melalui Instagram dapat dipahami secara mendalam oleh pengguna. Beberapa konten lebih menonjolkan tampilan visual dibandingkan penjelasan informasi secara rinci sehingga pemahaman pengguna terhadap isi informasi masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan penyajian konten yang lebih jelas, edukatif, dan terstruktur agar informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kreator konten kecantikan maupun mahasiswa dalam memanfaatkan Instagram sebagai media informasi dan pembelajaran. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dengan jumlah responden yang lebih luas atau mengkaji pengaruh Instagram terhadap keterampilan praktik make up mahasiswa secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Wasilah, S. A., Hidayanti, V., Maghfiroh, U., Zahhira Mayliana, K., Triyanah, S., Riza Ardana, N., Dewani, L., Najiha Aqila, K., & Mela Caroline, P. (2025). Pengaruh Media Sosial YouTube terhadap Preferensi Gaya Make Up di Kalangan Mahasiswi Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Mediasi*, 4(2), 170–185. <https://www.jurnalilmiah.org/journal/index.php/mediasi/article/view/1062>
- Andini, S. P., Toar, Y. A. B., Hartanto, P., & Cindi, R. J. (2024). Mengungkap Kehadiran Media Sosial Instagram dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Inovasi Memperkaya Kepuasan Pelanggan? *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(3), 510–521. <https://doi.org/10.37034/infec.v6i3.955>
- Aprilia, M. (2024). Strategi Pembelajaran Tahsin Al-Qur'an Melalui Akun Instagram @Mentrizeinn. *Jurnal Pendidikan Islam Muta'allimin*, 53–59. [https://doi.org/10.25299/jpim.2024.vol1\(2\).16092](https://doi.org/10.25299/jpim.2024.vol1(2).16092)
- Astuti, W. E. R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 2021. *Dimensi : Jurnal Ilmiah Komunikasi Dan Seni Desain Grafis*, 2(2). <https://doi.org/10.55757/dimensi.v2i02.46>



- Asyari, M., Jumadi, J., & Dewi, D. W. C. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 3(4), 09–20. <https://doi.org/10.55606/jpbb.v3i4.4466>
- Bahrudin, U., Amrullah, A. M. K., & Audina, N. A. (2021). Constructivism in Maharah Kalam Lecture Using the Instagram Media: The Implementation, Problems, and Tertiary Students' Perceptions in Indonesia/Konstruktivisme dalam Perkuliahan Maharah Kalam Menggunakan Media Instagram: Implementasi, Problematika dan Persepsi Mahasiswa di Indonesia. *Arabiyatuna : Jurnal Bahasa Arab*, 5(1), 127. <https://doi.org/10.29240/jba.v5i1.2396>
- Bowo, A. N. A., Paryanto, P., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan (JIMPIAN)*, 3(1), 21–32. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3i1.2249>
- Dafa, P. M., & Hariyanti, P. (2021). Efektivitas Penggunaan Instagram Stories Pada Akun @male.id Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Minat Beli di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 41–54. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art4>
- Fadly, M., & Desriyen. (2025). Persepsi Mahasiswa Terhadap Akun Instagram @Infounp Sebagai Media Informasi Akademik. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03), 283–290. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/31521>
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ Angkatan 2019 Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram. *Jurnal Common |*, 5(1), 67–76. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4033>
- Habibah, I. H., & Putri, M. R. (2023). Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Belajar (Analisis Siswa SMK Muhammadiyah Sekampung dan MAN 1 Metro). *SOCIAL PEDAGOGY: Journal of Social Science Education*, 4(1), 91–104. <https://doi.org/10.32332/social-pedagogy.v4i1.7278>
- Kowiyanto, Dewi, H. M. F., Sedyastuti, K., & Nurhasan, R. (2025). Pengaruh Konten Visual dan Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Jeep Bromo. *Journal Of Entrepreneurship And Strategic Management*, 4(01), 17–26. <https://doi.org/10.52434/jesm.v4i01.597>
- Kristy, B. F. (2024). *Evaluasi Pelaksanaan dan Tingkat Kepuasan Pengguna Akun Media Instagram Untuk Informasi Pertanahan Kepada Masyarakat (Studi Pada Akun Media Instagram @kantahkabkaranganyar)* [Kementrian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertahanan Nasional]. <http://repository.stpn.ac.id/id/eprint/4335>
- Lubis, C. H., & Sikumbang, A. T. (2024). Pola Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Cendikia Media Komunikasi Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Islam*, 16(02), 443–456. <https://journal.faibillfath.ac.id/index.php/cendekia/article/view/823>
- Nadhila, S., & Jamil, K. (2024). Peran Instagram dalam Pemasaran Alat Kecantikan pada Akun @MISSGLAM_ID. *Sosial Budaya*, 21(1), 23. <https://doi.org/10.24014/sb.v21i1.29827>
- Nugroho, M. W. (2022). Persektif Mahasiswa Terhadap Literasi Digital Di Aplikasi Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal LITERASI*, 6(1), 26–35. <https://doi.org/10.25157/literasi.v6i1.6775>
- Poernomo, K. N., Natarya, R., Badry, M. A. A. N., & Faizi, A. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Inovasi Media Pembelajaran Bahasa Indonesia di Era Digital. *Narasi: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 3(1), 1–23. <https://doi.org/10.30762/narasi.v3i1.3981>



- Putra, C. P. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Cafe Lokal: Studi Kasus Penggunaan Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan. *Manajemen Business Inovation Conference-MBIC*, 281–292. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Saputri, M. I. M., & Pinem, M. L. (2022). Glorifikasi Kecantikan di Media Sosial: Studi Kasus Isu Eksploitasi Mahasiswi pada Akun Instagram @ugm.cantik. *Journal of Social Development Studies*, 3(1), 70–85. <https://doi.org/10.22146/jsds.4446>
- Zatrahadi, M. F., & Salsabila, F. (2024). Pengaruh Kecanduan Reels Instagram Terhadap Prokrastinasi Akademik Mahasiswa. *Didatik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 10(04), 221–233. <https://journal.stkipsubang.ac.id/index.php/didatik/article/view/4674>