Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

NOMOR SKRIPSI
6117/KOM-D/SD-S1/2023

PENGARUH KONTEN TIKTOK TASYA FARASYA TERHADAP DEPEDENSI MEDIA *BEAUTY VLOGGER* PADA ASMARANUR MODELING SCHOOL DI KOTA PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Dede Winingsih
11840321989

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2023

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Ha

of Sultan Syarif Kasim Ria

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Dede Winingsih
NIM : 11840321989
Judul : Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Depedensi Media Beauty Vlogger Pada Asmaranur Modeling School Di Kota Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal :24 Juli 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Juli 2023
Dekan,

Prof. Dr. Hasan Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19671128 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP.19710612 199803 1 003

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad Soim, S.Sos.I, MA
NIK.130 417 048

Penguji III,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji IV,

Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIK.130 417 119

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pengaruh Konten Tiktok Tasya Terhadap Depedensi Media *Beauty Vlogger* Pada Ams *Modeling School* Di Kota Pekanbaru

Disusun oleh :

Dede Winingsih
NIM 11840321989

Telaah disetujui oleh pembimbing pada tanggal: 12 Juli 2023

Mengetahui.	Pembimbing
Ketua program studi	
Dr. Muhammad Badri, M.Si	**Julis Suriani, M.I.Kom**
NIP. 19810313 201101 1 004	**NIK. 130 417 019**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Ha

of Sultan Syarif Kasim Ria

Pekanbaru, 13 Juli 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Dede Winingsih
NIM : 11840321989
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Depedensi Media Beauty Vlogger Pada AMS Modeling School di Kota Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Julis Suriani, M.I.Kom
NIK. 130 417 019

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Ha

of Sultan Syarif Kasim Ria

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Dede Winingsih
Nim : 11840321989

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: Pengaruh Konten Tiktok Tasya Terhadap Depedensi Media Beauty Vlogger Pada Ams Modeling School Di Kota Pekanbaru adalah betul-betul karya sendiri. Hal – hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti penyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 13 Juli 2023
Yang membuat pernyataan

Dede Winingsih

Pekanbaru, 12 Juli 2023

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Pengaruh Konten Tiktok Tasya Terhadap Depedensi Media Beauty Vlogger Pada Ams Modeling School Di Kota Pekanbaru

Terpaan media adalah intensitas keadaan dimana khalayak terkena atau terpapar oleh pesan-pesan yang disebarkan melalui suatu media. Tiktok merupakan salah satu media yang paling diminati oleh pengguna karena fitur-fiturnya yang sangat inovatif dan kreatif dan juga durasi video relatif singkat sehingga para pengguna lebih menikmati dan lebih menyukai Tiktok ketimbang media sosial lain. Tasya Farasya seorang beauty vlogger yang gempar namanya di kalangan anak muda menggunakan media sosial Tiktok Saat ini. Penelitain ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Konten Tiktok Tasya Terhadap Depedensi Media Beauty Vlogger Pada Ams Modeling School Di Kota Pekanbaru. Pada penelitain ini menggunakan teori depedensi media yang mana menggunakan pedekatan penelitian Kuantitatif deskriptif. nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah Y = 8,574 + 0.466X. Dalam hasil pengolahan ini terdapat nilai signifikan 0,017. Maka nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak.Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh yang cukup besar antara Konten tiktok Tasya Farasya terhadap depedency media beauty vlogger pada AMS Modeling School di kota Pekanbaru sedangkan pada nilai R^2 penelitian ini adalah 43,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel sebesar 43,6%. yang termasuk dalam tingka kategori sedang. Apabila interval koefisien 40% - 59,99% adalah teramsuk tingkat pengaruh sedang.

Kata kunci: Konten Tiktok, Tasya Farasya, Depedensi media AMS Modelling

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRACT

The Influence of Tasya's Tiktok Content on Beauty Vlogger Media Dependence at Ams Modeling School in Pekanbaru City

Media exposure is the intensity of circumstances in which audiences are exposed to or exposed to messages that are disseminated through a medium. Tiktok is one of the media that is most in demand by users because of its very innovative and creative features and also the relatively short duration of the video so that users enjoy and prefer Tiktok more than other social media. Tasya Farasya, a beauty vlogger whose name is in an uproar among young people using the current social media Tiktok. This study aims to determine the effect of Tasya's Tiktok content on the Media Beauty Vlogger's Dependence at the Ams Modeling School in Pekanbaru City. This research uses media dependency theory which uses a descriptive quantitative research approach. the regression coefficient value in this study is Y = 8.574 + 0.466X. In the results of this processing there is a significant value of 0.017. Then the significant value is less than 0.05, then H_a is accepted and H_o is rejected. Based on the statistical calculations obtained, the hypothesis for this study is that H_a there is a significant influence between Tasya Farasya's tiktok content on the media dependency of beauty vloggers at the AMS Modeling School in the city Pekanbaru while the R^2 value of this study was 43.6%. This shows that the percentage of influence of the independent variable on the variable is 43.6%. which is included in the moderate category level. If the coefficient interval of 40% - 59.99% is included in the moderate level of influence.

Keywords: Tiktok content, Tasya Farasya, AMS Modeling media dependency

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam penulis kirimkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan menuju alam yang penuh cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan. Skripsi ini berjudul "**Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Depedensi Media *Beauty Vlogger* Pada Ams *Modeling School* Di Kota Pekanbaru",** merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik moral maupun spiritual dalam menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa untuk Ayahanda H. Maming , Ibunda Hj. Kadem dengan sabar mengiringi langkah penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Strata Satu (SI) ini serta memberikan motivasi besar dalam suka maupun duka sampai pada tujuan selesainya skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis tidak lupa menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berkenaan memberikan bantuan demi terselesainya skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag., selaku Rektor Untiversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zain, M.Pd., selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Imron Rosidi, S.Pd., M. A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Bapak Prof. Dr. Masduki M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Toni Hartono M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria

Keuangan dan Bapak Dr. H. Arwan, M. Ag selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Kerjasama di Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bapak Dr. M. Badri, M. Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Julis Suriani, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan dan arahan, tenaga dan waktu luang, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta telah banyak memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada penulis dalam menghadapi kehidupan.
5. Ibu Tika Mutia M.I.Kom selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan, tenaga dan waktu luang, pengetahuan dan pemahaman kepada penulis dalam menghadapi kehidupan.
6. Seluruh Dosen yang mengajar di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yang memberi banyak ilmu dan pengalaman berharga.
7. AMS Modeling School Pekanbaru yang telah memberikan izin dalam penelitian, dan teman-teman siswa AMS Modeling School Pekanbaru yang telah membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Saudara-saudara dan sepupu-sepupu ku, Mulyamin, Siti Maya, Marwah Susila Wati, Mardalia, Irulnisa yang selalu memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku, Muhammad Harun Al-Rasyid, Wilda Hasanah yang telah memberikan semangat dan selalu meluangkan waktunya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kemudahan dalam pelayanan administrasi. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik moril maupun materil dalam rangka penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT akan membalas segala kebaikan yang diberikan dan selalu membimbing kita menuju jalan yang diridhainya, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, sehingga segala banyak bentuk kritik dan saran sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati. Semoga skripsi ini akan membawa manfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis. Aamiin Ya Rabbal'alamin.

Pekanbaru, 23 Juni 2023

Penulis

Dede Winingsih
NIM. 11840321989

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Penegasan Istilah 6
1.3. Rumusan Masalah 8
1.4. Tujuan Penelitian 8
1.5. Manfaat Penelitian 8
1.6. Sistematika Penulisan 9
BAB II **10**
TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1. Kajian Terdahulu 10
2.2. Landasan Teori 14
2.2.1. Media sosial 14
2.2.2. Konten 18
2.2.3. Aplikasi Tiktok 21
2.3. Teori Depedensi Media 22
2.4. Kerangka Operasional 24
2.5. Hipotesis 25
BAB III **27**
METODOLOGI PENELITIAN **27**
3.1. Jenis dan pendekatan penelitian 27
3.2. Populasi dan Sampel 27
3.2.1. Populasi 27
3.2.2. Sampel 28
3.3. Lokasi penelitian dan waktu penelitian 29
3.3.1. Lokasi Penelitian 29
3.3.2. Waktu Penelitian 29

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

3.4. Sumber data....29
3.5. Teknik Pengumpulan Data....29
3.6. Operasionalisasi Variabel....31
3.7. Teknik Pengukuran Data....33
3.8. Uji Validitas dan Realibitas....34
3.9. Teknik Analisa Data....36
BAB IV....38
GAMBARAN UMUM....38
4.1. Sejarah Singkat AsmaraNur Modelling School (AMS) Pekanbaru....38
4.1.1. Prestasi Siswa AsmaraNur Modeling School....40
4.2. Profil Tasya Farasya....41
4.2.1. Prestasi Tasya Farasya....42
4.2.2. Konten dan Akun media sosial Tasya Farsya....42
BAB V....44
HASIL DAN PEMBAHAN....44
5.1. Hasil Penelitian....44
5.1.1. Deskripsi karakteristik Responden....44
5.1.2. Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel X Konten Tasya Farasya....46
5.1.3. Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Y Depedency Media Beauty Vlogger 52
5.1.2. Uji validitas dan reliabilitas instrumen....57
5.2. Hasil Olahan Data....59
5.2.1. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana....59
5.2.2. Hasil Uji Hipotesis....60
5.2.3. Koefisien Determinasi (R^2)....61
5.3. Pembahasan....62
BAB VI....66
PENUTUP....66
6.1. Kesimpulan....66
6.2. Saran....67
DAFTAR PUSTAKA....68
LAMPIRAN....71

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.Kajian Terdahulu 10

Tabel 3. 2.Operasional Variabel 31
Tabel 5. 1. Responden Berdasarkan Umur 45
Tabel 5. 2.Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 45
Tabel 5. 3.Tanggapan responden terhadap Indikator Kredibilitas 46
Tabel 5. 4.Tanggapan responden terhadap Indikator Daya tarik 47
Tabel 5. 5.Tanggapan responden terhadap Indikator Kemampuan atau kekuasaan 48
Tabel 5. 6. Tanggapan responden terhadap Indikator Konten 49
Tabel 5. 7.Tanggapan responden terhadap Indikator Komunikasi Kreator 51
Tabel 5. 8.Tanggapan responden terhadap Indikator Kognitif 52
Tabel 5. 9. Tanggapan responden terhadap Indikator Afektif 53
Tabel 5. 10.Tanggapan responden terhadap Indikator Behavior 54
Tabel 5. 11.Rekapitulasi Skor Jawaban Variabel Konten Tasya Farasya 55
Tabel 5. 12.Reakapitulasi Skor Jawaban Variabel Depedency Media Beauty Vlogger 56
Tabel 5. 13.Uji validitas variabel X (Konten Tiktok Tasya Farasya) 57
Tabel 5. 14. Uji reliabilitas instrumen variabel X (Konten Tiktok Tasya Farasya) 57
Tabel 5. 15. Uji validitas instrumen variabel Y (Depedency Media) 58
Tabel 5. 16. Uji reliabilitas instrumen variabel Y (Depedency Media) 58
Tabel 5. 17.Hasil Regresi Linear Sederhana 59
Tabel 5. 18.Hasil Uji t 60
Tabel 5. 19.Hasil Pengujian Koefisiensi Determinasi (R^2) 61

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Logo AMS 38
Gambar 4. 2.Sosial Media AMS Modeling School 39
Gambar 4. 3. Artikel Berita Naura Altavia 40
Gambar 4. 4. Biodata Naomy Angelica 41
Gambar 4. 5.Akun Tiktok Tasya Farasya 43
Gambar 4. 6.Konten Tasya Farasya 43

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial merupakan platform yang memberikan peluang kolaboratif untuk mempererat hubungan dan membangun hubungan sosial antar pengguna tanpa terkendala jarak, ruang, dan waktu.[1] Sedangkan menurut McGraw-Hill Dictionary, media sosial adalah sarana di mana orang berinteraksi dengan menciptakan, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di antara pengguna media sosial. Dengan menggunakan media ini, penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi acara, informasi, hiburan, forum, dan menciptakan dunia virtual bagi penggunanya. Pergeseran budaya dari budaya tradisional ke budaya modern dapat diwujudkan dengan hadirnya media sosial.

Dari pergeseran budaya ini, pola perilaku yang ada dalam masyarakat berubah, termasuk etika, norma, dan budaya media sosial merupakan platform yang memberikan peluang kolaboratif untuk mempererat hubungan dan membangun hubungan sosial antar pengguna tanpa terkendala jarak, ruang, dan waktu.[2] Sedangkan menurut McGraw-Hill Dictionary, media sosial adalah sarana di mana orang berinteraksi dengan menciptakan, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di antara pengguna media sosial. Dengan menggunakan media ini, penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi acara, informasi, hiburan, forum, dan menciptakan dunia virtual bagi penggunanya. Pergeseran budaya dari budaya tradisional ke budaya modern dapat diwujudkan dengan hadirnya media sosial. Dari pergeseran budaya ini, pola perilaku yang ada dalam masyarakat berubah, termasuk etika, norma, dan budaya.

UIN SUSKA RIAU

[1] Nasrullah, R., *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi.* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016).
[2] Nasrullah, R., p. 1.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kehadiran media dan segala kelebihannya telah menjadi bagian dari kehidupan ini. Era telah menghasilkan berbagai media, salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi atas nama atau dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial virtual. Terpaan media adalah intensitas keadaan dimana khalayak terkena atau terpapar oleh pesan-pesan yang disebarkan melalui suatu media.[3] Terpaan dari suatu media mampu memberikan dampak yang dalam bagi penontonnya. Adanya pesan-pesan yang bersifat persuasif yang terlah disajikan sedemikian rupa dapat memicu terjadinya perubahan perilaku, sikap, pandangan maupun persepsi.

Dalam berita CNN menyatakan "Survei ini menunjukkan bahwa 87% responden mengakses media sosial dalam satu bulan terakhir. YouTube (94%) dan Instagram (93%) menempati posisi sebagai dua platform media sosial yang paling banyak digunakan responden, disusul TikTok (63%), Facebook (59%) dan Twitter (54%)," sebut hasil survei, dikutip Minggu (12/6/2022). Penggunaan internet dan media sosial semakin meningkat dan terlihat ketika penggunaan media sosial berubah dan memiliki peluang bisnis dengan seiring waktu berjalan banyak media sosial yang banyak bermunculan.[4]

Tiktok merupakan salah satu media yang paling diminati oleh pengguna karena fitur-fiturnya yang sangat inovatif dan kreatif dan juga durasi video relatif singkat sehingga para pengguna lebih menikmati dan lebih menyukai Tiktok ketimbang media sosial lain. Oleh karena itu, pemilik usaha yang berinvestasi di media sosial Tiktok pada tahun 2021. Tiktok sebagai media sosial yang strategis untuk promosi dan pemasaran tempat kuliner. Tiktok mampu mewujudkan penyampaian informasi yang dikemas dalam konteks hiburan, sehingga kontennya ringan dan mudah untuk diterima oleh masyarakat luas. Salah satu konten yang mudah diterima oleh masyarakat adalah video *review* dari salah satu

[3] Effendy Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek.* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005).
[4] Indonesia CNN, 'Youtube Jadi Raja Media Sosial Di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga', *CNN Indonesia*, 11 June 2022 <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/youtube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga.> [accessed 4 August 2022].

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

influencer ataupun *food blogger* yang memberikan rekomendasi tempat kuliner. Konsep video *review* yang yang mampu menciptakan hubungan emosional yang baik antara pemilik usaha dan calon pelanggan akan dibagikan kepada berbagai pihak dan mempengaruhi minat beli.

Hal ini diperkuat dari data pengguna tiktok di indonesia sendiri Pengguna aktif bulanan TikTok di Indonesia sebesar 99,1 juta orang pada April 2022. Jumlah itu menjadi yang terbesar kedua setelah Amerika Serikat.[5] Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan. Tak hanya itu, penyataan ini juga diperkuat mengapa tiktok menjadi media sering diakses oleh masyarakat sebagai media beli ataupun minat beli hal ini terdapat pada artikel media online Kompasiana.com, "Aplikasi Tiktok saat ini memang sangat digemari oleh masyarakat karena masyarakat merasa bahwa aplikasi Tiktok ini bisa digunakan untuk menghibur diri mereka sendiri. Karena konten-konten kreatif dan menghibur membuat masyarakat menjadi terdorong untuk bermain Tiktok."[6] *Beauty Blogger* menjadi treand central dalam dunia kecantikan yang sangat menjadi sorotan Style anak muda saat ini. *Beauty Vlogger* yang memulai karir menggunakan Youtube saat ini Juga menggunakan Tiktok sebagai media *review* yang saat ini disukai oleh kalangan anak muda saat ini.

Tasya Farasya seorang *beauty vlogger* yang gempar namanya di kalangan anak muda dari media Youtobenya sebelum menggunakan media sosial Tiktok Saat ini. Ia adalah seorang model, influencer, sekaligus beauty vlogger yang sering membuat konten seputar dunia kecantikan seperti skincare dan makeup melalui media YouTube, Tiktok, dan Instagram. Pemilik akun Tasya Farasya merupakan seorang *vlogger* dan selebgram, Tasya Farasya rupanya merupakan sarjana Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Trisakti Jakarta. Ia saat ini fokus

[5] Shilvina Widi, 'Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023', *dataindonesia.id*, 3 February 2023 <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> [accessed 2 May 2023].

[6] Kompasiana, 'Konten Promosi Di Akun Tiktok Mempengaruhi Minat Beli Seseorang', *Kompasiana.Com*, 8 June 2022 <https://www.kompasiana.com/ridloriyana1611/62a050362154ae43493c6b32/konten-promosi-mempengaruhi-minat-beli-seseorang> [accessed 6 October 2022].

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

membuat beragam konten terutama tutorial make up di kanal YouTube milinknya yang sudah memiliki 4,12 juta pengikut.Tasya Farasya juga aktif di sosial media Instagram dengan nama akun @tasyafarasya yang memiliki 5,4 juta pengikut dan di Tiktok 2.7M pengikut. Dalam konten @tasyafarasya sering membagikan kegiatan review *make up, Skincare* bahakn penggunaanya dan mengajak *followers* untuk mencoba Produk-produk yang telah di *review.* Awalnya akun @tasyafarasya menjadi terkenal di Youtobe sebagai Beauty blogger dengan berkembangnya media sosial @tasyafarasya merambat dan mencoba berbagai macam fitur di Tiktok.

Dalam video tersebut dirinya memberikan pengalaman kepada followers nya saat mencoba sebuah skincare, ataupun makeup yang telah diperagakan secara langsung dalam video tersebut. Dengan review secara langsung tentu membuat follower penasaran dengan apa produk yang sedang di review oleh akun @tasyafarasya. @tasyafarasya menjelaskan dalam video kontennya dengan keunikan dan kreativitas yang dimilikinya, dan terbukti, banyak sekali followers bahkan pengguna Tiktok membeli produk yang sudah direview sebelumnya. Hal ini menjadi pusat trand center Beauty vlogger di indonesia, dalam artikel https://www.beautynesia.id/ menyatakan bahwa Tasya Farasya adalah beauty vlogger no 1 di indonesia, dari segi viewers dan juga penggemar tentunya.[7]

Rahmi Mulyasih dalam jurnalnya yang berjudul Dependency Media Pada Masyarakat Indonesia tahun 2013, menjelaskan mengenai teori ketergantungan media diartikan sebagai media memengaruhi individu, hal itu karena media memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, bukan dikarenakan media menggunakan beberapa pengawasan pada setiap individu. semakin individu tergantung pada informasi dari media semakin besar kemungkinan media akan memengaruhi sikap, kepercayaan, dan bahkan tingkah laku individu. Individu yang memiliki kebutuhan yang lebih banyak akan informasi, pelarian atau fantasi akan lebih dipengaruhi oleh media dan mempunyai ketergantungan media yang lebih besar.

[7] Dian Aprilia, 'Profil Tasya Farasya, Beauty Vlogger Yang Punya Saudara Kembar', *Beautynesia*, 4 November 2021 <https://www.beautynesia.id/life/profil-tasya-farasya-beauty-vlogger-yang-punya-saudara-kembar/b-241161> [accessed 6 October 2022].

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengaruh konten tasya farsya ini ternyata juga dirasakan oleh siswa AMS Modelling school Pekanbaru. Dibandingkan dengan Suhay Salim yang menduduki peringkat ke 4 Beauty vlogger. Tasya Farasya lebih dikenal oleh anak-anak remaja saat ini. Hal itu didapatkan saat melakukan wawancara dengan salah satu siswa AMS mereka lebih mengenal Tasya Farasya dari pada Suhay salim.

Berdasarkan hasil pra wawancara peneliti dengan salah satu bagian dari AMS Modelling school mengatakan bahwa "orientasi kita sebagai sekolah model tentunya kita harus punya orientasi yang tepat bagaimana membuat diri siswa tampil good looking, top dan beauty terlebih siswa kita juga siswa yang banyak prestasi didunia model. Nah salah satu aspek yang sangat berperan besar adalah acuan top model nasional ataupun internasional dalam perawatan diri terutama wajah yang memang punya trend bagus di media sosial, dalam hal ini Tasya Farasya adalah salah satu yang diminati oleh siswa karena kontennya yang menarik dan banyak diminati".[8]

Kita ketahui bahwa AMS adalah sekolah modelling yang berlokasi di Jalan Gelatik nomor 25, Kampung Melayu, Kecamatan Sukajadi, Pekanbaru yang terbukti berhasil mencetak banyak model profesional dan menyabet sejumlah prestasi di ajang nasional dan internasional. AMS di buka tahun 2020. Pemuda asal daerah Jorong Talago Gunuang, Batusangkar, Sumatera Barat ini pun mantap membuka sebuah sekolah non akademis di Kota Pekanbaru bernama AsmaraNur Modelling School (AMS). tujuan sekolah ini dapat membentuk karakter dan kepribadian orang. Karena secara tak langsung banyak orang menjadi bahan bully-an. Kenapa mereka dibully, karena tidak bisa menyuarakan suara dia. Karena penakut, pemalu, inscure dengan orang disekitarnya. AMS tidak hanya sekadar mengajarkan materi tentang dunia modeling. Lebih dari pada itu, pihaknya menjadikan pendidikan karakter, dan kepribadian sebagai pondasi dalam pengembangan bakat. Salah satu prestasi AMS ini dari Indonesia Fashion Chamber di Bali. Kita juga sudah menang dalam ajang fashion dan kecantikan di

[8] Hasil pra wawancara tanggal 18 Desember 2022, pukul 16.30 wib

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tingkat nasional dan internasional. Wajah anak-anak kita ini sudah keliling dunia untuk foto katalog, mulai dari Rusia hingga ke Dubai.

Keistimewaan AMS diatas menjadikan sekolah ini layak untuk diteliti sehingga menjadi tahu seberapa besar konten beauty vlogger Tasya Farasya ini berpengaruh besar di kalangan sekolah tersebut karena orientasi antar objek kajian penelitian dengan tempat penelitian ini sangat relevan. Hal ini diperkuat dengan salah satu statement dari Naomy Angelica salah satu siswa yang ikut mewakili Provinsi Riau dan meraih 4th Runner Up Miss Indonesia 2022. mengatakan" Saya sangat mengidolakannya, bahkan dari semua review skincare yang telah direview menjadi pedoman untuk saya dalam memilih skincare untuk diri saya"(wawancara tanggal 16 desember 2022).

Dari beberapa hasil pra riset yang telah dilakukan bahwa banyak yang mengenal Tasya Farasya. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana tingkat pengaruh konten tiktok Tasya Farasya terhadap Depedensi media beauty vlogger pada ams modeling s chool di kota pekanbaru. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan bagi seorang partisipan dalam memahami suatu konsep komunikasi yang diberikan oleh seorang *content creator* Tiktok dan minat beli *follower* setelah melihat konten tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik memperdalam riset dengan judul :

"Pengaruh Konten Tiktok Tasya Terhadap Depedensi Media Beauty Vlogger pada AMS Modeling School di Kota Pekanbaru".

1.2. Penegasan Istilah

1. Konten

Konten media merupakan berbagai segala bentuk konten atau isi dalam sebuah media didunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum diskusi, chatting, tweet, podcasting, pin, gambar digital, video, file, audio, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan online yang sering kali dilakukan lewat sebuah situs media sosial.

2. Aplikasi Tiktok

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat vidio pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik tiongkok yang diluncurkan pada september 2016.[9] Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

3. Tasya Farasya

Tasya Farasya merupakan seorang *vlogger* dan selebgram, Tasya Farasya rupanya merupakan sarjana Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Trisakti Jakarta. Saat ini fokus membuat beragam konten terutama tutorial make up di kanal YouTube miliknya yang sudah memiliki 4,12 juta pengikut.Tasya Farasya juga aktif di sosial media Instagram dengan nama akun @tasyafarasya yang memiliki 5,4 juta pengikut dan di Tiktok 2.7M pengikut. Dalam konten @tasyafarasya sering membagikan kegiatan review *make up, Skincare* bahkan penggunaanya dan mengajak *followers* untuk mencoba Produk-produk yang telah di *review.* Awalnya akun @tasyafarasya menjadi terkenal di Youtobe sebagai Beauty vlogger dengan berkembangnya media sosial @tasyafarasya merambat dan mencoba berbagai macam fitur di Tiktok.

4. Depedensi Media

Menurut Melvin Defluer dan Sandra Ball Roceach yaitu: "Semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang tersebut. Semakin tinggi media memberikan pemenuhan informasi, maka semakin tinggi pula ketergantungan audiens terhadap media tersebut. Vice Versa. Sistem sosial

[9] Susilowati Susilowati, 'Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Bowo_allpennliebe)', *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 9.2 (2018), 176–85 <https://doi.org/10.31294/jkom.v9i2.4319>.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

institusi media. Seringkali pilihan/ketergantungan audiens pada media ditentukan oleh institusi sosial ini."[10]

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: "Bagaimana Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Depedens Media Beauty Vlogger pada AMS Modeling School di kota Pekanbaru?"

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten tiktok Tasya Farasya terhadap depedensi media beauty vlogger pada Ams Modeling School di kota Pekanbaru.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian tentang Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya terhadap terhadap depedensi media beauty vlogger pada Ams Modeling School di kota Pekanbaru ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
   a. Diharapkan agar dapat menambah pengetahuan dan keilmuan tentang konten Tiktok dalan depedensi media beauty vlogger
   b. Diharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan informasi tambahan bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya.
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta pengalaman bagi penulis dalam pengaplikasian ilmu yang telah didapatkan oleh penulis di dalam masa perkuliahan.

UIN SUSKA RIAU

[10] De Fleur Melvin L and Sandra, *Theories of Mass Communication* (New York: Longnam, 1923).

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam menelaah dan memahami terhadap penelitian ini, maka penulis sendiri menulis laporan penulisan ini dalam 6 (enam) bab:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah (bila perlu), rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini berisikan tentang kajian teoritis, kajian terdahulu dan kerangka pikir

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang sejarah AMS Modelling school Pekanbaru

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan dan kesimpulan.

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Terdahulu

Tabel 2. 1.Kajian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul penelitian	Teori dan Metode penelitian	Hasil penelitian	Persamaan dan perbedaan
1.	Konten Review Product Beauty Vlogger dan Minat Beli Mahasiswi." (Studi Korelasional Pengaruh Konten Review Product Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Mahasiswi FISIP USU) oleh Gozali	komunikasi & teknologi komunikasi, komunikasi pemasaran, Media Baru (New Media), Internet, YouTube, Konten Beauty Vlogger Review, Minat Beli dan Teori AIDDA. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional.	uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 14 menunjukkan angka 0,613 yang artinya terdapat hubungan cukup berarti antara konten review product beauty vlogger dan minat beli mahasiswi FISIP USU. Dengan demikian Ha diterima yaitu terdapat pengaruh konten review product beauty vlogger dan minat beli mahasiswi FISIP USU sebesar 40% dan sebesar 60% dipengaruhi faktor lainnya	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah variabel dan Metode penelitian, dalam penelitian ini menggunakan korelasi sedangkan penelitian peneliti menggunakan Regresi linier Sederhana dan persamaan ini terdapat pada objek penelitian yakni konten beauty vlogger
2.	Penelitian oleh	teori S-R	terpaan dari	Perbedaan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Shindy Jafrianti dengan judul "Pengaruh Terpaan Akun Instagram @zerowaste.id_official Dalam Mengkampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Followers" Jurnal JOM FISIP 2021	dimana teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu	postingan akun instagram @zerowaste.id_official yang mengampanyekan gaya hidup nol sampah sebagai stimulus yang menghasilkan sebuah respon berupa sikap yaitu sikap ramah lingkungan pada followers akun instagram @zerowaste.id_official.	dalam penelitian ini menggunakan Teori S-O-R sedangkan dalam penelitian peneliti menggunakan teori Depedensi media. Persamaannya menggunakan metode Kuantitatif dan analisis regresi liner Sederhana
3.	Putri Raudatul Munawwaroh dengan judul "Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura" Jurnal JOM FISIP 2018	Metode yang digunakan adalah studi kuantitatif dan penelitian ini menggunakan Teori S-O-R	pengaruh paparan media pada akun Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan @Explorsiak ke Siak Sri Indrapura sebesar 50,8% dan tergolong sedang. Hal ini sejalan dengan teori S-O-R, bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan yang dalam penelitian ini adalah terpaan media dari akun instagram @Exploresiak akan merangsang orang lain untuk memberikan respon.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan Teori S-O-R sedangkan dalam penelitian peneliti menggunakan teoriDepedensi media. Persamaannya menggunakan metode

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

				Kuantitatif dan analisis regresi liner Sederhana
4.	Pengaruh Konten Vlog Akun Youtube Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers, Dian Pertiwi, Effiati Juliana Hasibuan, & Ara Auza. Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi(JI PIKOM), 4(1) 2022: 34-43	Metode yang digunakan adalah studi kuantitatif.	kehadiran beauty vlogger pada media sosial Youtube sangat menguntungkan bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan pemasaran. Kredibilitas dan kepopuleran yang dimiliki oleh seorang beauty vlogger akan menarik minat pengikutnya untuk melakukan pembelian produk yang diulas	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan media sosial Youtube sedangkan peneliti menggunakan Tiktok. Persamaannya menggunakan metode Kuantitatif dan analisis regresi liner Sederhana dan variabel X yaitu Tasya Farasya.

Penulis menggunakan beberapa jurnal penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian. Hal ini ditujukan agar dapat memperkaya toeri dalam mengkaji penelitian. Penulis tidak menemukan penelitian terdahulu dengan judul yang persis sama dengan judul penelitian yang penulis sedang lakukan. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu berupa jurnal yang terkait dengan penelitian ini:

Pertama. Konten Review Product Beauty Vlogger dan Minat Beli Mahasiswi." (Studi Korelasional Pengaruh Konten Review Product Beauty

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Vlogger terhadap Minat Beli Mahasiswi FISIP USU) oleh Gozali.[11] Teori yang digunakan komunikasi & teknologi komunikasi, komunikasi pemasaran, Media Baru (New Media), Internet, YouTube, Konten Beauty Vlogger Review, Minat Beli dan Teori AIDDA. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional. Hasil kesimpulan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 14 menunjukkan angka 0,613 yang artinya terdapat hubungan cukup berarti antara konten review product beauty vlogger dan minat beli mahasiswi FISIP USU. Dengan demikian Ha diterima yaitu terdapat pengaruh konten review product beauty vlogger dan minat beli mahasiswi FISIP USU sebesar 40% dan sebesar 60% dipengaruhi faktor lainnya

Kedua. Penelitian yang relevan dengan penelitian sejenis terdahulu yakni penelitian oleh Shindy Jafrianti dengan judul "Pengaruh Terpaan Akun Instagram @zerowaste.id_official Dalam Mengkampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Followers" Jurnal JOM FISIP 2021.[12] Dimana hasil penelitiannya terdapat terpaan dari postingan akun instagram @zerowaste.id_official yang mengampanyekan gaya hidup nol sampah sebagai stimulus yang menghasilkan sebuah respon berupa sikap yaitu sikap ramah lingkungan pada followers akun instagram @zerowaste.id_official. Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori S-R dimana teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu.

Ketiga. Penelitian yang juga relevan dengan penelitian terdahulu oleh Putri Raudatul Munawwaroh dengan judul "Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri

UIN SUSKA RIAU

[11] Yoselvin Christine Gozali, 'Konten Review Product Beauty Vlogger Dan Minat Beli Mahasiswa (Studi Korelasional Pengaruh Konten Review Product Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Mahasiswi FISIP USU)' (Universitas Sumatera Utara, 2018).

[12] Shindy Jafriyanti and Evawani Elysa Lubis, 'Pengaruh Terpaan Akun Instagram @zerowaste.Id_official Dalam Mengkampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Followers', *JUrnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 8 Edisi I (2021) <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/29604>.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Indrapura" 2018.[13] Dimana hasil penelitiannya terdapat pengaruh paparan media pada akun Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan @Explorsiak ke Siak Sri Indrapura sebesar 50,8% dan tergolong sedang. Hal ini sejalan dengan teori S-O-R, bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan yang dalam penelitian ini adalah terpaan media dari akun instagram @Exploresiak akan merangsang orang lain untuk memberikan respon. Respon dalam penelitian ini berupa persepsi followers terhadap akun Instagram @Exploresiak untuk melakukan minat kunjungan ke Siak Sri Indrapura.

Keempat, Pengaruh Konten Vlog Akun Youtube Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers, oleh Dian Pertiwi, Effiati Juliana Hasibuan, & Ara Auza. Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 4(1) 2022: 34-43.[14] Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang diberikan oleh beauty vlogger terhadap minat pembelian sebuah produk skin care melalui media sosial Youtube. Metode yang digunakan adalah studi kuantitatif. Kesimpulan penelitian membuktikan bahwa kehadiran beauty vlogger pada media sosial Youtube sangat menguntungkan bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan pemasaran. Kredibilitas dan kepopuleran yang dimiliki oleh seorang beauty vlogger akan menarik minat pengikutnya untuk melakukan pembelian produk yang diulas.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Media sosial

Menurut Nasrullah Pada dasarnya media sosial adalah sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain

[13] Putri Raudatul Munawwaroh and Evawani Elysa Lubis, 'Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura', *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol.5 No.1 (2018).

[14] Dian Pertiwi, Effianti Juliana, and Ara Auza, 'Pengaruh Konten Vlog Akun Youtube Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers', *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, Vol. 4 No.1 (2022), 34–43.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan membentuk ikatan sosial virtual.[15] Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpatisipasi, saling membagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di blog, tweet, atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.[16]

Menurut Mandibergh media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). Sedangkan menurut Meike dan Young dalam mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.[17]

Adapun beberapa situs media sosial yang populer saat ini antara lain: Instragram, Facebook, dan Twitter. Saat ini kemajuan teknologi juga sejalan dengan kemajuan media sosial, hal ini dibuktikan dengan mudahnya mengakses dan menggunakan media sosial itu sendiri. Penggunaan media sosial yang semakin praktis juga membantu proses semakin pesatnya kemajuan dari media sosial itu sendiri.

Maka dari itu, media sosial juga sudah mulai tampak menggantikan peranan media konvensional hampir dalam setiap lini kehidupan. Media sosial ini suatu objek, suatu produk yang dibentuk dan bertujuan, pastinya memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media sosial tradisional lain meskipun semuanya tetap saja menyerukan pemikiran dan gagasan. Media sosial mempunyai jenis-jenis yang beranekaragam dan mempunyai fungsi serta

UIN SUSKA RIAU

[15] Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House.', *Jurnal Common*, Vol 3 No 01 (2019), Hal 73.
[16] Zarella, *The Social Media Marketing Book.* (Canada: O'Relly Media. Inc., 2010).
[17] Herlina, 'Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumater Barat.', *Jom Fisip*, 4(2) (2017).

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cara penggunaan yang berbeda-beda. Tetapi masih dengan tujuan yang sama untuk bertukar informasi dan mudah untuk diakses.

Dalam buku yang berjudul Media Sosial, Nasrullah (dalam Dinda, 2019: 73-74) ada 6 kategori besar media sosial sebagai berikut:[18]

1. *Social Networking*

   Social Networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interkasi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunanya membentuk jaringan pertemanan baru. dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesaaam hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

2. *Blog*

   Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tuatan web, informasi, dan sebagainya.

3. *Microblogging*

   Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasiltasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

4. *Media Sharing* media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar

[18] Nasrullah, R.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

secara *online*. Contoh dari media sosial ini yaitu *Youtube, Flicker, Photo-bucket, atau Snapfish.*

5. *Social Bookmarking*

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara *online.* Situs *Social Bookmarking* yang populer yaitu *Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com,* di Indonesia sendiri yaitu LintasMe.

6. *Wiki*

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Instagram. Instagram termasuk kedalam jenis media sosial kategori *Social Networking.*

Menurut HaenLein media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut:[19]

1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa kepada banyak orang.
2) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media lainnya
3) Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui *Gatekeeper*
4) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Dengan adanya ciri-ciri media sosial ini seseorang lebih mudah untuk memanfaatkan keberadaanya seperti berbagi informasi, melakukan jejaring

[19] Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI,(Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), hal. 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pertemanan, saling berkirim pesan ataupun informasi isu trendi atau untuk mengetahui informasi menganai Beauty yang semakin jadi trend center ataupun kebutuhan Primer.

2.2.2. Konten

Konten atau isi adalah sesuatu yang dianggap esensial di era digital ini. Konten diasumsikan sebagai "manusia" yang berbicara kepada target konsumenmengenai sebuah produk yang dipasarkan. Sementara itu platformmedia seperti blog, social-media, online video, dan lainnya berperan sebagai alat distribusi konten itu sendiri.[20] Dapat dikatakan bahwa konten merupakan elemen penting dalam pelaksanaan pembelajaran. Secara bahasa, konten (content) artinya isi, kandungan, atau muatan. Dalam konteks komunikasi dan media, konten adalah pesan (message) atau informasi (information) yang disajikan melalui sebuah media, utamanya media online.

Konten berperan sebagai media inti dari kegiatan proses belajar mengajar. Konten yang baik mampu mengkombinasikan pengetahuan explicit dan tacit dalam proses pembelajaran sebaik dari pembelajaran konvensional. Pengetahuan explicit merupakan pengetahuan yang dapat diringkat dalam bentuk dokumentasi sehingga mudah dipahami dan disebarluaskan. Dari berbagai macam konten yang ada di dalam media sosial ada banyak sekali konten-konten yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat digital salah satu contohnya adalah konten video yang dimana berkaitan dengan konten video digital vlog yang saat ini sedang disukai mahasiswa.

Konten yang baik mampu mengkombinasikan pengetahuan explicit dan tacit dalam proses pembelajaran sebaik dari pembelajaran konvensional. Pengetahuan explicit merupakan pengetahuan yang dapat diringkat dalam bentuk dokumentasi sehingga mudah dipahami dan disebarluaskan.[21] Pengetahuan tacit

[20] McPheat, Sean. (2011). Developing Internet Marketing Strategy. United States of America: Ventus Publishing. Hal. 8

[21] Chimay J. Anumba, Charles O.Egbu dan Patricia M.Carrillo. 2005. Pengetahuan Manajemen dalam Konstruksi. Blackwell Publishing Ltd

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

merupakan pengetahuan yang terdapat di dalam otak atau pikiran kita sesuai pengalaman pribadi dan sangat sulit untuk dikomunikasikan dengan orang lain yang belum pernah mengalami pengetahuan itu.

Pada umumnya situs berbagi video yang sangat populer di seluruh dunia saat ini adalah Youtube dan Instagram. Tidak heran jika saat ini sebanyak 88 juta orang yang berbagi konten videonya di Youtube dan Instagram karena populer. Video blogging atau biasa disingkat dengan vlogging merupakan suatu bentuk kegiatan blogging yang berbeda karena media yang digunakan adalah dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks audio sebagai sumber media utama. Menurut Educause Learning Initiative, berbagai perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktifitas vlog.[22] Pembuat konten vlog biasa dikenal dengan sebutan vlogger. vlog pada awalnya menjadi sarana untuk mengekspresikan diri dan berbagi pendapat kepada publik biasanya kegiatan yang dilakukan oleh vlogger tersebut menggunakan motif-motif tertentu. Adapun motif tersebut di latar belakangi adanya keinginan yang ingin dipenuhi oleh para konten kreator atau yang biasa kita sebut vlogger.

Berikut ini jenis-jenis konten media online. Secara garis besar, konten media online terdiri dari teks, gambar (visual), suara (audio).[23]

a. Teks, Teks yaitu konten berupa tulisan yang berisi ulasan, kajian, analisis, deskripsi, definisi, pengertian.

b. Gambar, Ada ungkapann satu gambar bernilai 1000 kata (a picture is worth a thousand words). Instagram populer karena mewajibkan

UIN SUSKA RIAU

[22] Eribka, Mariam, Stefi, 2017, Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi, e-journal "ac to diurna", hlm. 7.

[23] Rezki Djunaid, 'Penerapan Sinematografi Dalam Konten Youtube Pada Channel Adrian Wardhana' (unpublished Skripsi, UIN ALAUDDIN Makassar, 2019).

status update berupa foto atau video. Konten gambar paling disukai pengguna media sosial.

c. Infografis, adalah representasi visual informasi, data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Grafik ini memperlihatkan informasi rumit dengan singkat dan jelas, seperti pada papan, peta, jurnalisme, penulisan teknis, dan pendidikan. (Wikipedia)/

d. Meme, adalah gambar lucu berisi sindiran atau kritik. Meme sangat populer di kalangan pengguna internet yang lebih muda. Meme sering berupa video dan gambar dengan teks lucu yang biasanya menjadi viral.

e. Video, Cenderung berdurasi beberapa menit, memungkinkan penjelasan singkat tentang apa pun yang ingin dijelaskan oleh videografer. Ini bisa berdasarkan humor atau pembelajaran, dan sangat bagus untuk dinikmati semua orang.

f. Podcast, Biasanya tersedia dalam seri tempat Anda dapat berlangganan, mereka adalah file audio yang tersedia untuk didengarkan.

g. Tautan, Link. Cara yang dapat diakses bagi pembaca untuk menjangkau situs / blog lain yang Anda sukai atau rekomendasikan.

h. Game, Setiap orang memiliki kesempatan untuk mengalami ini. Game online tersedia di pencarian Google sederhana dan bahkan di Facebook.

i. QR Code, QR Code (Quick Response Code) adalah barcode dua dimensi yang dapat menyimpan data. Kode QR dapat dipindai pada ponsel Anda untuk memunculkan penawaran atau tautan ke produk / situs web.

Jenis-Jenis Konten Yang Paling Banyak Diminati. Berikut ini jenis-jenis konten media online yang paling banyak diminati pengguna internet: Hiburan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

(Entertainment), Liburan /Traveling, Video Viral, Meme, Inspirasi, Motivasi, Gambar Indah, Quote (Kutipan), Kisah Menyentuh (Human Interest), Tips & Trik,Video Tutorial, Polling

2.2.3. Aplikasi Tiktok

Dengan semakin banyak dan maraknya media sosial yang ada khususnya di Indonesia, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dsb, Tiktok juga menjadi pilihan bagi pengguna media sosial untuk dapat berinteraksi dan berbagi. Selain itu juga semakin banyak orang yang dapat terhubung melalui media sosial dan merasakan kemudahan dalam mendapatkan informasi tertentu, terkait produk maupun individu.[24]

Tiktok merupakan penggabungan dari dua aplikasi sebelumnya yaitu Douyin dan Musically. Di negara asalnya (China), aplikasi Tiktok ini dikenal dengan nama Douyin. Secara resmi aplikasi Tiktok diluncurkan pada September 2016. Pada saat menciptakan Tiktok sang pendiri aplikasi ini, Zhang Yimin memiliki misi untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. Tiktok pada pembuatannya adalah sebuah aplikasi yang cocok untuk generasi kekinian dalam membuat video pendek yang unik dengan cepat dan mudah. Kemudahan yang disajikan juga ketika pengguna ingin membagikan video yang telah mereka buat kepada teman maupun seluruh dunia. Tiktok kini menjadi salah satu media sosial dimana banyak video viral yang berasal dari aplikasi ini.

Di Indonesia, Tiktok sempat mengalami masa pemblokiran dan pemantauan sejak 3 Juli 2018. Namun dengan memenuhi 9 dari 10 syarat yang diberikan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), pada 3 Juli 2018 Tiktok mulai diizinkan lagi di Indonesia, dan sejak saat itu aplikasi Tiktok

UIN SUSKA RIAU

[24] Aldila Safitri, Rahmadhany, & Irwansyah.2021.Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. Vol 3 No 1: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis (Jteksis) Hal.4

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mengalami peningkatan jumlah pengguna. Dilansir dari Statista pada bulan Juni 2020, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia mencapai 30,7 juta pengguna.[25]

Dari angka tersebut menempatkan Indonesia sebagai negara keempat dengan pengguna TikTok tertinggi di dunia, menyusul India di peringkat pertama, Amerika Serikat, dan Brasil.[26] Tiktok menjadi salah satu platform yang sedang sangat digemari saat ini. Sebagai salah satu media social, tiktok memberikan sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreativitas, video challenge, lipsync, lagu, menari, bernyanyi dan lain-lain. Karena banyaknya yang menggunakan maka Tiktok memberikan peluang sebagai sarana promosi.

Tiktok adalah aplikasi yang memberikan spesial efek yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi content creator.

2.3. Teori Depedensi Media

Menurut Akmal Berdasarkan Teori Ketergantungan Media (Media Dependency Theory) menurut Melvin Defluer dan Sandra Ball Roceach yaitu: "Semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang tersebut. Semakin tinggi media memberikan pemenuhan informasi, maka semakin tinggi pula ketergantungan audiens terhadap media tersebut. Vice Versa.

Teori ketergantungan memiliki dasar asumsi bahwa pengaruh media ditentukan oleh hubungan antara sistem sosial yang lebih luas, peran media dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media. Defleur dan Roceach

[25] Ibid. Hal 5

[26] https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/negara-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-bukan-yang-pertama. diakses 7 Agustus 2022 dijam 19.20 WIB.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam buku Little John, Derajat ketergantungan terhadap media merupakan kunci dalam memahami kapan dan mengapa pesan media massa dapat mengubah kepercayaan, perasaan, dan perilaku audiens.[27] Ia menjelaskan bahwa semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut sehingga media akan semakin memiliki pengaruh kepada orang tersebut.

Dalam masyarakat industri modern, orang semakin tergantung pada media untuk: (a) memahami dunia sosial mereka; (b) bertindak secara bermakna dan efektif dalam masyarakat; dan (c) untuk menemukan fantasi dan untuk pelarian. Derajat ketergantungan khalayak terhadap media ditentukan oleh: (a) tingkat kepentingan informasi yang disampaikan media, anda akan menjadi lebih bergantung pada media yang menyediakan sebagian besar kebutuhan anda; dan (b) stabilitas sosial, ketika perubahan sosial dan konflik. Khalayak bergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media tersebut. Untuk melihat tahapan ketergantungan media tersebut dapat dilihat dari 3 efek tahapan yaitu:

1. Efek Kognitif, Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Karena kita tidak dapat, bahkan tidak sempat, mengecek peristiwa-peristiwa yang disajikan media, kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata bersandarkan pada apa yang dilaporkan

[27] Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss., *Teori Komunikasi*, 9th edn (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).

2. Efek Afektif, Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberi tahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Dampak pesan media massa sampai pada tahap afektif terjadi bila pesan yang disebarkan media mengubah apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Dampak ini berkaitan dengan perasaan, penilaian, rangsangan emosional, dan sikap. Sikap itu sendiri memiliki arti reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup pada suatu stimulus atau objek, sehingga perbuatan yang dilakukan manusia tergantung pada permasalahan.

3. Efek Behavioral, Efek behavioral merupakan akibat timbulnya pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tindakan dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan sehari-hari. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi beringas. Siaran kesejahteraan keluarga yang banyak disiarkan dalam televisi menyebabkan para ibu rumah tangga memiliki keterampilan baru. Pernyataan – pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tidndakan dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan sehari–hari. Perilaku manusia dapat dilihat dari dua sudut pandang, yakni perilaku dasar (umum) sebagai makhluk hidup dan perilaku makhluk sosial.

2.4. Kerangka Operasional

Menurut Umar adalah bahwa konsep merupakan sejumlah teori yang berkaitan dengan suatu objek, kemudian konsep tercipta dengan menggolongkan dan mengelompokkan objek-objek tertentu yang memiliki karakteristik yang sama. Dengan demikian konsep ini dapat dikatakan generalisasi dari beberapa kelompok fenomena tertentu sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria

fenomena dengan ciri khas yang sama.[28] Konsep adalah gambaran mengenai suatu fenomena yang dapat dijelaskan dengan generalisasi dari beberapa jumlah karakteristik kejadian, keadaan, individu ataupun kelompok. Sedangkan operasional merupakan suatu penelitian yang dapat dijelaskan dengan bagaimana mengukur variabel yang mana sebagai petunjuk serta pelaksana bagaimana caranya mengukur suatu variabel. [29]

Konsep operasional adalah sesuatu yang bisa diberi pengertian atau definisi dengan demikian pengertian tersebut dapat dipahami. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menjelaskan serta menganalisis fenomena, kegiatan social, sikap kepercayaan, pendapat individu ataupun kelompok terhadap sesuatu yang dapat di jelaskan dengan adanya data yang akurat. Konsep operasional kuantitatif ini digunakan untuk mencapai dan memperoleh suatu data, cerita, pandangan dan fakta yang ada di lapangan dengan cara lebih rinci.[30]

2.5. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang menjelaskan tentang ciri khas atau biasa disebut dengan karakteristik populasi, merupakan jawaban sementara dari masalah yang telah dirumuskan didalam suatu penelitian. Hipotesis merupakan hasil dari penelitian teoritik yang melalui proses rasional dan proses teoritik, dengan menggunakan penalaran secara deduktif maupun secara induktif. Kebenaran dari suatu hipotesis harus diuji dengan menggunakan data empiric yang diperoleh dari sampel dengan menggunakan Teknik statistika. Maka hipotesis penelitian ini adalah adanya Pengaruh konten Tiktok Tasya Farasya terhadap dependensi media beauty vlogger pada AMS Modeling School di kota Pekanbaru sehingga penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah:

UIN SUSKA RIAU

[28] http://repository.unpas.ac.id/32888/5/Skripsi%20BAB%20III.pdf diakses pada Rabu Tanggal 12 Januari 2022 jam 20.47 Wib

[29] http://digilib.unimus.ac.id/files/disk1/23/jtptunimus-gdl-s1-2008-suryonoe2a-1110-3-bab3.pdf diakses pada Rabu Tanggal 12 Januari 2022 jam 20.57 Wib

[30] Abidin, Y. Z. (2015). Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi.

Ho: Tidak adanya Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya terhadap depedensi media beauty vlogger pada Ams Modeling School di kota Pekanbaru.

Ha: Adanya Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya terhadap depedensi media beauty vlogger pada Ams Modeling School di kota Pekanbaru

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Peneliti menggambarkan berbagai situasi dan kondisi yang menjadi objek penelitian. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis dan membuktikan suatu penelitian dengan menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi dan lebih sistematis terhadap fenomena serta hubungan-hubungannya. Dengan menggunakan metode penelitian kausal komparatif (ex-post facto) merupakan penelitian yang bertujuan mencari, mempelajari, menguji hubungan sebab-akibat yang bisa terjadi di antara dua variabel atau lebih (variabel X dan variabel Y).

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan instrument nontes yang bersifat performansi tipikal yang digunakan untuk mengukur variabel, dimana konsep atau konstruknya didefenisikan atau dirumuskan oleh peneliti yang merupakan hasil dari konsep-konsep yang hasilnya relevan di teliti dan patut menjadi kajian oleh peneliti. Instrument dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner dan metode kuisioner. Kuisioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang diajukan kepada beberapa responden untuk memperoleh informasi dalam bentuk laporan pribadi mengenai yang diketahui.[31]

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek atau fenomena yang diteliti. Populasi penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, peristiwa, tingkah laku dan sebagainya. Sehingga objek- objek ini dapat mejadi sumber data penelitian. Menurut Kriyantono populasi adalah wilayah generelisasi yang

[31] Suharsimi Arikunto, *Suharsimi Arikunto. Prosedur Penelitian Suatu Praktik. (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), Hal 102.* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016).

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian di ambil suatu kesimpulan dari penelitian tersebut.[32] Populasi dari penelitian ini adalah seluruh siswa AsmaraNur Modeling School (AMS) yang terdiri dari 100 siswa yang masih aktif.

3.2.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. anggota sampel yang benar digunakan menurut pendapat Sugiono dalam penelitiannya adalah tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Dimana semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dengan begitu sebaliknya.

Teknik sampling atau sampel merupakan Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat dua jenis Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Probability sampling merupakan Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang anggota sampel, sedangkan nonprobability sampling adalah Teknik pengambilan sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi anggota untuk menjadi anggota sampel.[33]

Pada penelitian ini menggunakan Teknik Probability sampling. Yang mana penelitian ini adalah pengambil sampel memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Maka dari itu sampel yang akan digunakan adalah seluruh Siswa AMS Pekanbaru yaitu 100 siswa.

UIN SUSKA RIAU

[32] Rachmat Kriyantono, *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations,Etnografi Kritis & Kualitatif.* (Jakarta: Kencana, 2015).
[33] Imron Imron, 'Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang', *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5.1 (2019), 19–28 <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3.3. Lokasi penelitian dan waktu penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah AMS Pekanbaru di Jalan Gelatik No.25 Sukajadi Pekanbaru. Penelitian dilakukan secara online dengan penyebaran kuisioner melalui Google Form.

3.3.2. Waktu Penelitian

Adapun Waktu penelitian dalam rancangan penelitian yang penulis lakukan terhitung dari Bulan Oktober 2022 – Maret 2023.

3.4. Sumber data

Data adalah sesuatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang akan diolah dan dianalisis dengan metode tertentu yang selanjutnya akan menghasilkan sesuatu hal yang menggambarkan sesuatu. Berdasarkan sifatnya, penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data Kuantitatif dalam penelitian ini adalah tampilan berupa kata-kata dalam bentuk tulis yang dicermati oleh peneliti. Hasil penelitian ini dapat dikatakan valid apabila jelas sumber datanya. Sumber data penelitian yang digunakan adalah sumber primer dan sekunder.

a. Data Primer Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. Sebagai data primer dipenelitian ini yaitu hasil survey kuisioner dari judul Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya terhadap dependensi media beauty Vlogger pada AsmaraNur Modeling School (AMS) Pekanbaru.
b. Data Sekunder Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah tersedia melalui publikasi dan informasi yang diberikan organisasi atau perusahaan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket

Angket adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengirim instrumen penelitian kepada responden, yang dijawab secara tertulis kemudian dikembalikan lagi kepada peneliti. Angket terhadap responden dapat dilakukan dengan berbagai jalur bisa melalui Pos, Whatsapp, Email, Google Form

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

atau bisa diberikan lansung kepada responden melalui tatap muka secara individu ataupun kelompok. Penggunaan Teknik pengambilan data secara kuisioner ini dinilai sangat efisien karena dapat menjangkau responden dalam jumlah besar dalam satu kali pengiriman, oleh karena itu hal yang sangat penting diperhatikan dalam pengumpulan data Angket ini adalah kejelasan isi kuisioner kemudian kualitas intrumen meliputi skala sikap, skala penilaian, skala bertingkat dan sebagainya.[34] Dalam hal ini penelitian kuantitatif adalah menyebarkan Angket terhadap para stakeholder yang ada AsmaraNur Modeling School (AMS) Pekanbaru., dalam upaya menemukan jawaban dan bukti dari Angket yang telah disebarkan.

b. Observasi

Observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan dan keterangan, yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap berbagai fenomena yang menjadi obyek pengamatan beserta indikator-indikator dari variabel penelitian. Observasi banyak digunakan untuk mengamati sikap dari individu dan proses terjadinya suatu kegiatan yang menjadi indikator variabel yang diteliti. Observasi yang dilakukan adalah mengamati serta mencatat fakta yang ada di lapangan, mengamati serta mencatat proses yang terjadi mengenai fakta yang menjadi obyek dari penelitian observasi. Selain itu observasi juga dilakukan untuk penilaian terhadap obyek yang diamati sebagai indicator dari suatu variabel yang akan diteliti. [35]

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian pada penelitian sejarah, maka bahan dokumenter memegan peranan yang sangat penting. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data apabila informasi yang

---

[34] Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, Dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* (Rawamangun: Prenadamedia Group, 2020).
[35] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabete, 2019).

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dikumpulkan bersumber dari dokumen, seperti: jurnal, surat kabar, majalah, notulen rapat, dan sebagainya.

Teknik pengumpulan data melalui teknik dokumentasi digunakan apabila peneliti akan menggunakan data sekunder dalam penelitiannya, yang mana Teknik dokumentasi ini diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data dengan mencatat dan mengambil data yang sudah ada di arsip dan dokumen. Validitas data dari dokumentasi ini tergantung dari diperolehnya teknik dokumentasi yang ada pada sumber data dan dari mana dokumen tersebut diambil sebagai bahan penelitian dalam dokumentasi.[36]

3.6. Operasionalisasi Variabel

Menurut Kriyantono operasional atau operasinalisasi konsep merupakan suatu tahap mendefenisikan konsep dan memberikan nilai-nilai atau ukuran-ukuran pada konsep sehingga konsep tersebut dapat lansung diriset atau diukur. Dikarenakan pengertian operasional menghasilkan konstruk dan variabel beserta indikator-indikator pengukurannya (instrument/kuisioner). Dinamakan variabel karena mempunyai variasi nilai yang dapat diukur. Nilai-nilai yang biasanya disebut dengan indikator dan skala pengukuran merupakan upaya memberikan skor pada indikator.[37] Dalam penelitian ini "Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya terhadap dependensi media beauty Vlogger pada AsmaraNur Modeling School (AMS) Pekanbaru." terdapat operasional yang terdiri dari dua variabel. Variabelnya yakni variabel x dalam penelitian ini adalah Pengaruh Konten Tiktok dan variabel y adalah dependensi Beauty Vlogger.

Tabel 3. 1.Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Item	Skor
Konten Tasya Farasya	Kredibilitas Kreator	Persuasif seorang konten kreator yang mampu memberikan review yang mempiliki latar	1. Prestasi 2. Follower 3. Kepercayaan	Skor 5: Sangat Setuju Skor 4: Setuju

[36] Bajari Atwar, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017).
[37] Kriyantono.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

		belakang yang benar		Skor 3: Netral Skor 2: Kurang Setuju Skor 1: Tidak Setuju
	Daya Tarik Kreator	Seseorang yang mampu memberikan sebuah review yang menarik dan bisa menjadi tolak ukur	1. Kostum busana yang sesuai 2. Review produk secara real	
	Kekuasaan/ Kemampuan	Keahliahan dalam mereview sebuah konten dengan bahasa, tutur kata dan bahasa tubuh	1. Bahasa yang sederhana 2. Pengetahuan tentang produk 3. Memvisualisasikan kandungan pada produk	
	Konten	Sebuah isi media yang memberikan isi yang di butuhkan dengan cara menyampaikan melalui visualisasi dan audio	1. Isi Video 2. Bahasa yang jelas 3. Informasi yang sesuai	
	Komunikasi Kreator	Seorang yang membuat sebuah bentuk visualisasi dan audio yang menggunakan komunikasi verbal dan non verbal	1. Menanggapi setiap follower 2. Tanggapan jelas dan mudah di pahami 3. Menggunakan bahasa yang ramah	
Depedensi Beauty Vlogger	Kognitif	Informasi dapat membentuk dan merubah citra sesuatu terhadap pembaca, sebuah informasi memiliki tujuan tertentu.	1. Menjadi sumber referensi 2. Pengetahuan tentang beauty care 3. Merasa terinspirasi	
	Afektif	Semua dampak yang dipicu rangsangan emosional melalui	1. Merasa senang mendapatkan konten 2. Merasa ingin seperti Tasya	

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

		skema kognitif (pengalaman atau petunjuk pendahuluan), suasana terpaan, dan mood merupakan efek afektif dari komunikasi massa yang akhirnya membentuk dan merubah sikap.	Farasya 3. Ingin memiliki semua produk yng di review	
	Behavior	Efek perubahan tingkah laku dikarenakan sebuah pesan, efek ini memiliki fase proses perhatian, pengingatan, reproduksi motoris, dan motivasional.	1. Membeli barang yang trend 2. Paham semua kegunaan dan fungsi produk	

Sumber Olahan Peneliti, 2023

3.7. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai pedoman atau acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. [38]

Penelitian ini digunakan dalam Skala Likert untuk mengukur data diri responden, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap biasanya ditentukan secara spesifik dan sistematik oleh

UIN SUSKA RIAU

[38] Suhar Janti, 'Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen', *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 2014 <https://journal.akprind.ac.id/index.php/snast/article/view/3493/2554>.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

peneliti. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pernyataan yang harus diisi responden.[39]

Dalam Skala Likert pada umumnya memakai 5 pilihan jawaban, pada penelitian ini dilakukan Simplifikasi yakni memakai 5 pilihan jawaban. Hal ini dilakukan bertujuan untuk menghindari jawaban keragu-raguan dari responden yang menyebabkan data yang diperlukan banyak yang hilang.

Adapun rentang skala penilaian yaitu:

1) SS (Sangat Setuju) = 5
2) S (Setuju) = 4
3) Netral = 3
4) KS (Kurang Setuju) = 2
5) TS (Tidak Setuju) = 1

3.8. Uji Validitas dan Realibitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu cara yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur penelitian mampu mengukur apa yang ingin peneliti ukur. Setelah peneliti membuat pernyataan pada kuisioner, kemudian peneliti harus menguji apakah kuisioner tersebut dinyatakan valid atau tidak terhadap gambaran responden. Menurut Ridwan menjelaskan bahwa validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kepastian suatu alat ukur.[40]

Dalam penelitian kuantitatif, uji validitas dan realibitas termasuk salah satu komponen penelitian yang tidak bisa ditinggalkan. Dalam suatu penelitian, data yang kita gunakan haruslah tepat dalam mengukur suatu yang akan diukur. Uji validitas sendiri memiliki fungsi untuk membantu kita supaya mengetahui apakah semua penyataan yang diajukan terhadap responden melalui kuisioner sudah tepat atau justru masih dibutuhkan perbaikan pada pernyataan yang salah.

---

[39] Kriyantono Racmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2008).
[40] Sugiyono.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut Nugroho suatu butir pernyataan dikatakan valid apabila r-hitung yang merupakan nilai dari corrected item-total correlation lebih besar dari r-tabel. Pada penelitian ini dilakukan uji validitas kepada 30 orang responden, yang mana untuk 30 orang responden didapat r-hitung adalah sebesar 0,361. Apabila kurang dari 0,361 maka pertanyaan yang diajukan menjadi tidak valid.

b. Uji realibilitas

Menurut Nugroho uji realibitas merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dengan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Realibilitas merupakan ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator mengidentifikasi sebuah konstruk yang umum.[41]

Pada penelitian uji realibilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Pada program SPSS, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Crombach's Alpha.* Karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket atau daftar pertanyaan yang skornya merupakan rentangan antara 1-4 dan uji validitas mengunakan skor total. Dimana untuk mencari realibilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian maka menggunakan rumus alpha α. Adapun rumusnya adalah:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1}\ x\ \{1 - \frac{\sum s_i}{s_t}\}$$

Keterangan:

r11= nilai realibilitas

∑si = jumlah varian skor

St = varian total

K = Jumlah item

Dengan kriteria pengujian adalah:

[41] Triyana Putri and Meyzi Heriyanto, 'Pengaruh Relationship Marketing Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel Sapadia Kecamatan Pasir Pengaraian)', *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4.2 (2017), 1–10.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Jika alpha Cronbach > 0,60 atau 60%, maka variabel tersebut realibel.
b. Jila alpha Cronbach < 0,60 atau 60%, maka variabel tersebut tidak realiabel.

3.9. Teknik Analisa Data

Teknik analisis penelitian kuantitatif merupakan analisis data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan menggunakan statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan. Dalam penelitian kuantitatif ada banyak teknik statistik yang dapat digunakan, tergantung pada jumlah variabel dalam penelitian tersebut.

1. Persamaan Regresi Linier Sederhana

   Dalam Husaini, Analisi regresi digunakan untuk mendapatkan pengaruh antara variabel predictor terhadap variabel kriteriumnya atau meramalkan pengaruh variabel predictor terhadap kriteriumnya.[42]

   Menurut Kriyantono jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan variabel terikat Y, sedangkan nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu.[43] Rumus bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

   Diketahui:

   Y = Variabel tidak bebas atau variabel terikat

   X = Variabel bebas

   a = Nilai intercept konstan atau harga Y bila X = 0

   b= Koefisien regresi, merupakan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen berdasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Nilai a dihitung dengan rumus:

---

[42] Firad wijaya and Muhammad Ilyas, 'Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Sikap Beragama Remaja Di RT 22 RW 07 Sapen, Yogyakarta', *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, Vol 15, No 1 (2018): Juni (2018) <http:>.

[43] Kriyantono.

$$a = \frac{(\sum Y)\ (\sum x^2)\ -\ (\sum x)\ (\sum XY)}{(n)\ (\sum x^2)\ -\ (\sum x)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum x\, y\ -\ \sum x \sum y}{n \sum x^2\ -\ (\sum x)^2}$$

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Sejarah Singkat AsmaraNur Modelling School (AMS) Pekanbaru

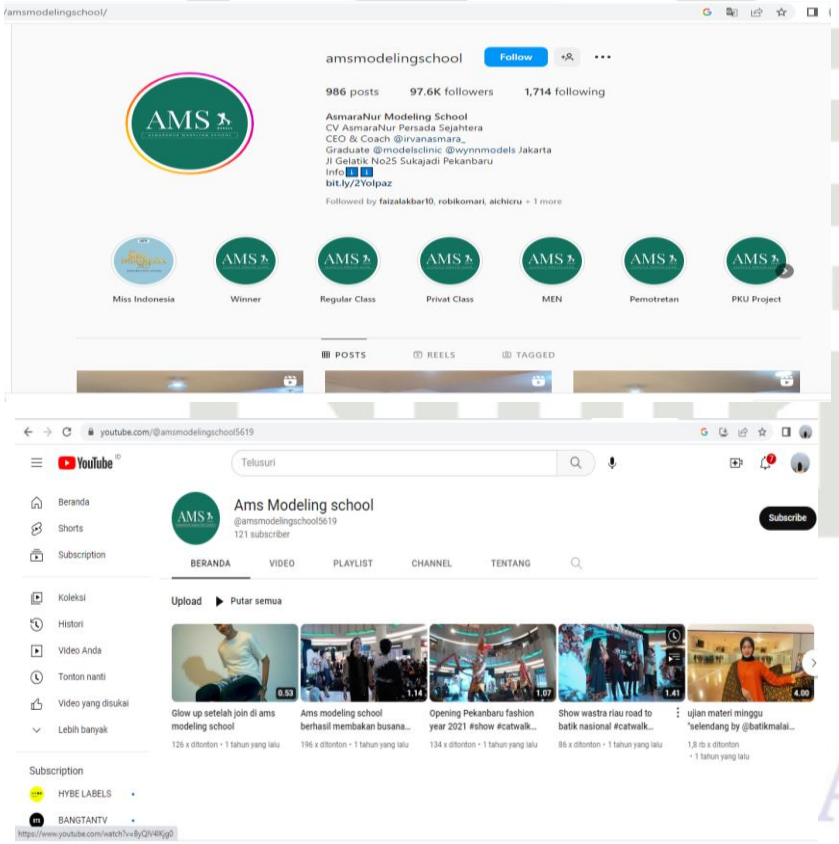
AsmaraNur Modeling School merupakan sekolah model yang sangat banyak di minati oleh kalangan anak-anak muda yang memiliki hobi di bidang modeling. Sekolah modeling yang berlokasi di Jalan Gelatik nomor 25, Kampung Melayu, Kecamatan Sukajadi, Pekanbaru. AMS sendiri dibangun sejak 1 Februari 2020 dengan didirikan oleh sosok pemuda asal daerah Jorong Talago Gunuang, Batusangkar, Sumatera Barat ini pun mantap membuka sebuah sekolah non akademis di Kota Pekanbaru bernama AsmaraNur Modelling School (AMS). AsmaraNur Modelling School berdiri dalam naungan CV Asmaranur Persada Sejahtera oleh Irvan Asmara merupakan sosok pendiri dari AMS mampu membuktikan dengan trobosan baru sejak berdirinya AMS sudah banyak anak didik dari AMS yang mencetak prestasi dan membawa nama harum provinsi Riau.

Gambar 4. 1. Logo AMS
Sumber internet, 2023

AsmaraNur Modelling School (AMS) Sendiri dalam pembelajarannya tidak hanya memberi ilmu dan materi di bidang modelling, tapi juga dalam hal pengembangan karakter, personal branding, public speaking, dan berbagai hal lainnya kepada para siswa. Hal ini dipicu oleh Ceo AsmaraNur Modelling School itu sendiri.

Tujuan dibukanya AsmaraNur Modelling School (AMS) Pekanbaru adalah sekolah ini dapat membentuk karakter dan kepribadian orang dan sebagai wadah untuk generasi yang terjun langsung di dunia entertaimen.

AMS saat ini juga telah mendominasi kerjasama dengan berbagai agensi periklanan untuk memenuhi kebutuhan talent dan model profesional dalam menggarap banyak proyek. Mulai dari katalog iklan fashion, iklan makanan dan minuman, maupun iklan komersil lainnya. AMS juga bukan hanya untuk siswa-siswa orang normal saja. Seperti anak-anak autisme ada di sini. Anak-anak yang gagal mental karena menjadi korban perceraian orang tuanya ada di sini. Keunikan tersendiri di AMS ini merangkung seluruh Strata anak di Indonesia. Adapun akun-akun media sosial yang menjadi informasi public tentang AMS Pekanbaru ada instagram dan youtobe @amsmodelingschool.



Gambar 4. 2.Sosial Media AMS Modeling School
Sumber olahan data, 2023

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

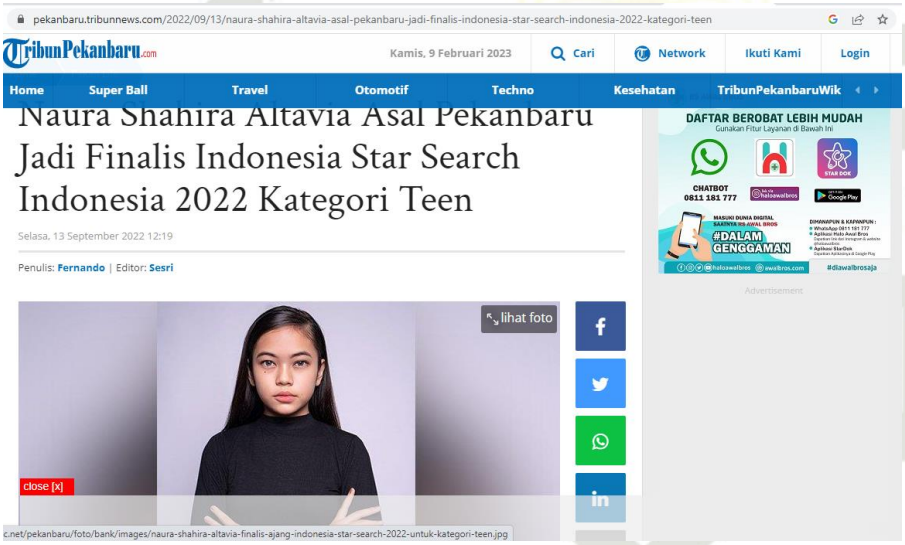
4.1.1. Prestasi Siswa AsmaraNur Modeling School

Prestasi-prestasi siswa-siswa AMS tidak diragukan lagi jajaran project iklan, acara fashion week hingga lomba internasionalpun mereka menjadi pemenangnya. Adapun prestasi-prestasi siswa AMS yang terbaru sebagai beriku:

a. Naura Shahira Altavia

Remaja asal Kota Pekanbaru, Naura Shahira Altavia mengukir prestasi dengan menjadi finalis dalam ajang Indonesia Star Search 2022 untuk Kategori Teen. Remaja 14 tahun itu menjadi wakil Provinsi Riau dalam ajang pencarian bintang baru dunia entertainment yang bergulir pada November 2022 mendatang. Ia bakal bersaing dengan perwakilan dari seluruh provinsi di Indonesia. Siswi SMPN 34 Pekanbaru ini punya kesempatan besar untuk menjadi wakil Indonesia di ajang modeling Internasional bila berhasil menjadi pemuncak pada ajang ini untuk Kategori Teen.[44]

Gambar 4. 3. Artikel Berita Naura Altavia



Sumber internet, 2023

b. Naomy Angelica

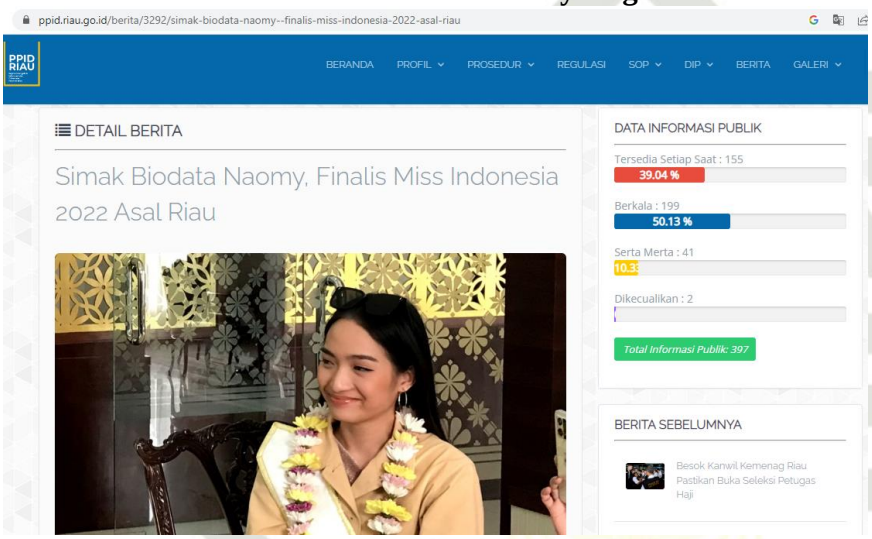
Naomy Angelica Finalis Miss Indonesia 2022 dari Provinsi Riau, berhasil meraih peringkat 4th Runner Up Miss Indonesia 2022. Saat ini gadis

[44] https://pekanbaru.tribunnews.com/2022/09/13/naura-shahira-altavia-asal-pekanba ru-jadi-finalis-indonesia-star-search-indonesia-2022-kategori-teen.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kelahiran 1 Desember 2001 itu, masih menjalani kuliah S1 di Fakultas Design Komunikasi Visual (DKV) Institut Teknologi Harapan Bangsa, Kota Bandung. Naomy mengatakan, sebelum masuk di ajang kontes kecantikan bergengsi tersebut, dia pernah menjadi model Puteri Remaja Riau. Bakatnya di bidang modeling dimulai sejak bergabung di AsmaraNur Modeling School Pekanbaru. Dia diajarkan tata cara berjalan, publik speaking, dan attitude.[45]

Gambar 4. 4. Biodata Naomy Angelica



Sumber internet, 2023

4.2. Profil Tasya Farasya

Lulu Farassiya Teisa atau lebih dikenal dengan nama Tasya Farasya adalah seorang beauty influencer berkebangsaan Indonesia dan berdarah Arab yang lahir di Jakarta pada 25 Mei 1992. Tasya Farasya merupakan anak bungsu dari 3 bersaudara dan memiliki saudara kembar bernama Tasyi Athasyia, pada tahun 2018, Tasya menikah dengan pengusaha muda bernama Ahmad Assegaf. Sejak kecil Tasya hidup di keluarga yang terpandang namun tidak lantas menjadikannya seorang yang manja dan bergantung pada orang lain. Tasya sudah menjadi anak yatim sejak kecil, ayahnya yang merupakan seorang dokter meninggal saat usia Tasya masih 3 tahun, sejak saat itu ibunya menjadi orang tua tunggal dan Tasya melihat bagaimana ibunya berjuang dan tetap berusaha

[45] https://ppid.riau.go.id/berita/3292/simak-biodata-naomy--finalis-miss-indonesia-2022-asal-riau.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menghidupi ketiga putrinya. Ibu dari Tasya Farasya adalah Alawiyah Alatas yang tidak lain adalah salah satu pengusaha perempuan tersukses di Indonesia dan masuk ke dalam jajaran perempuan paling berpengaruh di Indonesia. Tumbuh dewasa bersama figur seorang ibu yang tangguh dan memiliki power/kuat inilah yang membuat Tasya Farasya tumbuh menjadi perempuan yang cerdas, disiplin, tidak mudah menyerah, dan selalu rendah hati tidak pernah menyombongkan kekayaan yang dimiliknya.

4.2.1. Prestasi Tasya Farasya

Terhitung baru di dunia beauty influencer Indonesia, nama Tasya Farasya sudah berlalu lalang di Tiktok dan media-media mainstream serta menjadi idola banyak beauty enthusiast di Indonesia bahkan hingga negara tetangga seperti Malaysia dan sekitarnya. Beberapa penghargaan dan nominasi dari ajang-ajang bergengsi berkelas nasional dan internasional pernah disematkan kepada Tasya Farasya.

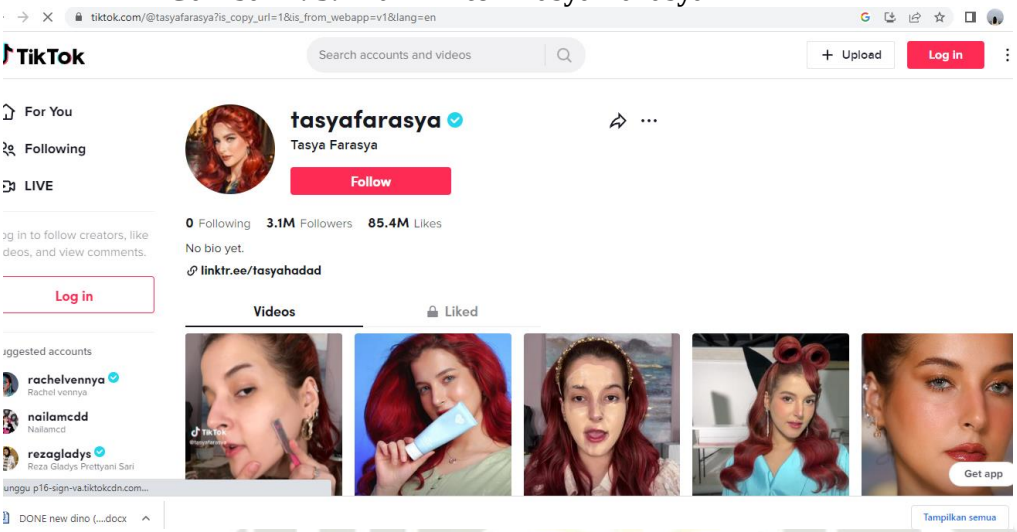
Penghargaan yang dimenangkan Tasya tahun lalu adalah penghargaan di ajang Beauty Fest Asia 2018 yang diselenggarakan oleh Popbela, Tasya Farasya pulang sebagai Breakout Creator of The Year pada tahun 2018, Tasya Farasya berhasil menyabet penghargaan sebagai *Breakout Creator of The Year* dalam ajang Beauty Fest Asia yang digelar Popbela. Pada tahun yang sama, ia mengantongi penghargaan XYZ Creator Awards untuk kategori Fashion & Beauty. Tasya Farasya berhasil merebut perhatian masyarakat Indonesia dengan kecintaannya terhadap dunia kecantikan. *Passion* Tasya sebagai *beauty influencer* bahkan tidak sekadar menghasilkan konten yang menarik untuk diikuti, tapi juga kolaborasi dan bahkan *brand* milik sendiri.

4.2.2. Konten dan Akun media sosial Tasya Farsya

Rupa-rupanya Tasya Farasya membuat beberapa konten yang relate dengan kebutuhan masyarakat khususnya wanita Indonesia. Jenis konten yang dibuat oleh Tasya tak lain mengenai kecantikan seperti tutorial makeup, mencatok rambut, fashion, hingga rutinitas skincare. Selain beauty, sebagai hiburan selingan Ibu satu orang anak ini juga membawakan berbagai konten entertainment seperti video transisi, trend challenge, mukbang, dan mini vlog

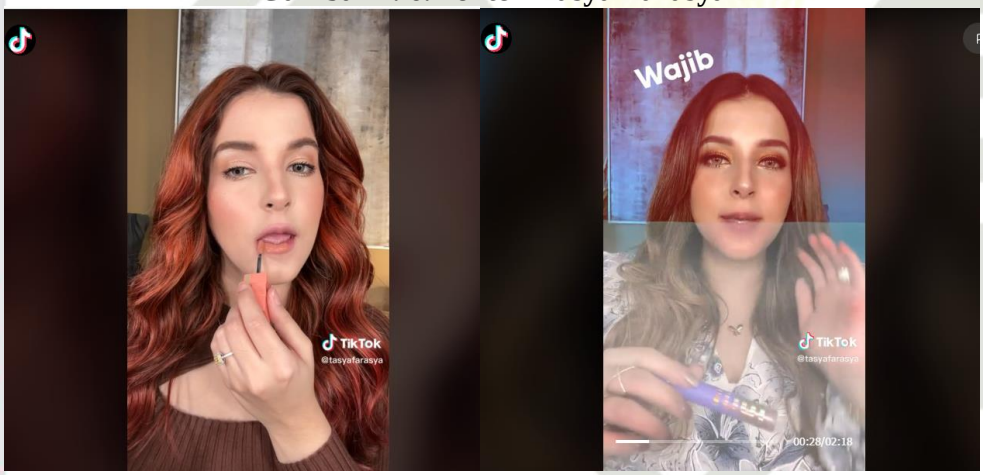
mengenai kesehariannya. Namun hampir 99 % konten ya tentang beauty vlogger.

Gambar 4. 5.Akun Tiktok Tasya Farasya



Sumber olahan data, 2023

Gambar 4. 6.Konten Tasya Farasya



Sumber olahan data, 2023

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

1. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator pada variabel (X) konten Tasya Farasya dengan jumlah total hasil dari reakpitulasi setelah ditambah dan dibagi 5 mendapatkan total sebesar 2,59 dalam kategori setuju. Masing-masing indikator untuk variabel X yaitu Konten Tasya Farasya dari lima indikator yang ada pada tabel, indikator Kredibiltas dan daya tarik berada dalam kategori setuju (S) dengan skor sebesar 3,07 dan 3,19 dan indikator Kemampuan, Konten dan komunikasi kreator berada dalam kategori setuju (SS) dengan skor sebesar 3,26-3,48 dengan kategori setuju (S).
2. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator pada variabel (Y) minat menggunakan dengan jumlah total hasil dari reakpitulasi setelah ditambah dan dibagi 3 mendapatkan totoal sebesar 3,26 termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Masing-masing indikator untuk variabel Y yaitu Depedency Media Beauty Vlogger dari tiga indikator yang ada pada pada tabel, indikator behavior berada dalam kategori sangat setuju (SS) dengan skor 3,31, indikator kognitif berada dalam kategori (S) dengan skor sebesar 3,25, sedangkan indikator afektif berada dalam kategori setuju (S) dengan skor 3,24 dengan kategori setuju (S).
3. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah Y = 8,574 + 0.466X. Bilangan konstanta (a) sebesar 8,574 dan koefisien variabel X (Konten Tasya Farasya) sebesar 0,466. Sementara itu nilai t hitung variebel X (Konten Tasya Farasya) sebesar 8,702 dengan taraf signifikan 0,000. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, jika nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dalam hasil pengolahan ini terdapat nilai signifikan 0,017. Maka nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak.Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh

yang cukup besar antara Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Depedency Media Beauty Vlogger pada AMS Modeling School di kota Pekanbaru.

4. Besar R^2 penelitian ini adalah 43,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel bebas (Konten Tasya Farasya) terhadap variabel terikat (Dependsi media) sebesar 43,6%. yang termasuk dalam tingka kategori sedang. Apabila interval koefisien 40% - 59,99% adalah teramsuk tingkat pengaruh sedang (Sugiyono, 2010: 184). Sementara sisanya sebesar 56,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

6.2. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

1. Bagi Siswa atau Siswi AMS Pekanbaru lebih dapat mengontrol diri dalam penggunaan Tiktok ataupun media sosial. Bagi admin tiktok Tasya Farasya semoga dapat memberikan konten atau postingan dengan wawasan dan juga review yang lebih baik dan dapat menjelaskan lebih mendalam setiap konten review produknya.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti mengenai konten tiktok kembali karena banyak hal yang harus didalami untuk diteliti pada akun tiktok Tasya Farasya karena melihat keadaan new media apa lagi media sosial menduduki puncak gen z era saat ini.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

Aprilia, Dian, 'Profil Tasya Farasya, Beauty Vlogger Yang Punya Saudara Kembar', *Beautynesia*, 4 November 2021 <https://www.beautynesia.id/life/profil-tasya-farasya-beauty-vlogger-yang-punya-saudara-kembar/b-241161> [accessed 6 October 2022]

Arikunto, Suharsimi, *Suharsimi Arikunto. Prosedur Penelitian Suatu Praktik. (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), Hal 102.* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016)

Atwar, Bajari, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017)

CNN, Indonesia, 'Youtube Jadi Raja Media Sosial Di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga', *CNN Indonesia*, 11 June 2022 <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/youtube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga.> [accessed 4 August 2022]

Djunaid, Rezki, 'Penerapan Sinematografi Dalam Konten Youtube Pada Channel Adrian Wardhana' (unpublished Skripsi, UIN ALAUDDIN Makassar, 2019)

Gozali, Yoselvin Christine, 'Konten Review Product Beauty Vlogger Dan Minat Beli Mahasiswa (Studi Korelasional Pengaruh Konten Review Product Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Mahasiswi FISIP USU)' (Universitas Sumatera Utara, 2018)

Herlina, 'Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumater Barat.', *Jom Fisip*, 4(2) (2017)

Imron Imron, 'Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang', *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5.1 (2019), 19–28 <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

Jafriyanti, Shindy, and Evawani Elysa Lubis, 'Pengaruh Terpaan Akun Instagram @zerowaste.Id_official Dalam Mengkampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Followers', *JUrnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 8 Edisi I (2021) <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/29604>

Janti, Suhar, 'Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen', *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 2014 <https://journal.akprind.ac.id/index.php/snast/article/view/3493/2554>

Kompasiana, 'Konten Promosi Di Akun Tiktok Mempengaruhi Minat Beli Seseorang', *Kompasiana.Com*, 8 June 2022 <https://www.kompasiana.com/ridloriyana1611/62a050362154ae43493c6b32/konten-promosi-mempengaruhi-minat-beli-seseorang> [accessed 6 October 2022]

Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, Dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* (Rawamangun: Prenadamedia Group, 2020)

Kriyantono, Rachmat, *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations,Etnografi Kritis & Kualitatif.* (Jakarta: Kencana, 2015)

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss., *Teori Komunikasi*, 9th edn (Jakarta: Salemba Humanika, 2009)

Melvin L, De Fleur, and Sandra, *Theories of Mass Communication* (New York: Longnam, 1923)

Munawwaroh, Putri Raudatul, and Evawani Elysa Lubis, 'Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura', *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol.5 No.1 (2018)

Nasrullah, R., *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi.* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016)

Onong Uchjana, Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek.* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005)

Pertiwi, Dian, Effianti Juliana, and Ara Auza, 'Pengaruh Konten Vlog Akun Youtube Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers', *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, Vol. 4 No.1 (2022), 34–43

Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House.', *Jurnal Common*, Vol 3 No 01 (2019), Hal 73

Racmat, Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2008)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabete, 2019)

Susilowati Susilowati, 'Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Bowo_allpennliebe)', *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 9.2 (2018), 176–85 <https://doi.org/10.31294/jkom.v9i2.4319>

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Triyana Putri and Meyzi Heriyanto, 'Pengaruh Relationship Marketing Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel Sapadia Kecamatan Pasir Pengaraian)', *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4.2 (2017), 1–10

Widi, Shilvina, 'Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023', *dataindonesia.id*, 3 February 2023 <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> [accessed 2 May 2023]

wijaya, Firad, and Muhammad Ilyas, 'Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Sikap Beragama Remaja Di RT 22 RW 07 Sapen, Yogyakarta', *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, Vol 15, No 1 (2018): Juni (2018) <http:>

Zarella, *The Social Media Marketing Book.* (Canada: O'Relly Media. Inc., 2010)

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

ANGKET PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Saya Dede Winingsih, memohon kesediaan anda untuk meluangkan sedikit waktu dalam pengisian kuesioner ini yang berkaitan dengan penelitianmmengenai " pengaruh konten tiktok Tasya Farasya terhadap depedency media beauty vlogger pada ams modeling school di kota pekanbaru."Sebelum menjawab kuesioner, mohon mengisi beberapa data berikut terlebih dahulu (Jawaban yang rekan mahasiswa berikan akan diperlukan secara rahasia). ceklis untuk pilihan jawaban rekan mahasiswa.

A. Data Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin
   a. Laki-laki
   b. Perempuan
3. Usia
   a. 14 -16 Tahun
   b. 17-19 Tahun
   c. 20 – 22 Tahun
   d. 23 – 25 Tahun
   e. >25 Tahun
4. Frekuensi melihat Konten Tasya Farasya selama 1 minggu terakhir
   a. 2 kali
   b. 3 – 4 kali
   c. 5 – 6 kali

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

d. Diatas 6 kali

B. Petunjuk Pengisian

Kuesioner Responden dapat memberikan tanda centang (√) atau silang (x) pada salah satu jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima jawaban yang mengacu pada skala likert yaitu : STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju). Dimohon rekan siswa mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya dan se obyektif mungkin.

Variabel X (Konten Tasya Farasya)		SS	S	N	TS	STS
Indikator	Pernyataan Variabel					
Kredibilitas Kreator	Dengan gelar Beauty vlogger no 1 di indonesia, saya tidak ragu akansetiap konten yang dibuatnya.					
	Tasya Farasya memiliki banyak follower yang sangat mengidolakannya, sehingga saya percaya terhadap apa yang ada pada kontennya.					
	Konten Tasya Farasya sangat mendidik dan membuat menambah pengetahuan sebelum memutuskan untuk membeli.					
	Saya percaya konten Tasya Farasya membuat saya lebih pintar dalam memilih Skin care					
Daya Tarik Kreator	Saat membuat konten Tasya Farasya selalu totalitas, dengan pernak-perniknya seperti baju dan lainnya					
	Tasya Farasya memiliki penampilan yang cantik dan energik dalam setiap kontennya.					
	Tasya Farasya sangat cantik dan pintar serta sebagai profesi dokter gigi yang membuat daya tarik					
	Tasya Farasya selelu mepergakan dari awal hingga akhir					
Kekuasaan/ Kemampuan	Tasya Farasyah sangat baik dalam menjelskan kelebihan dan kekurangan saat melakukan tutorial ataupun review Skincare/ Make Up.					
	Tasya Farasya dapat menjelaskan secara bahasa ilmiah ataupun kedokteran apalagi dengan membahas kesehatan					

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria

	kulit ataupun skin berrer					
	Tasya Farasya menggunakan gaya bahasa yang kekinian, energik dan mudah dipahami oleh orang umum					
	Tasya Farasya memperagakan dan mengaplikasikan secara langsung setiap review Produk					
Konten	Saya sangat suka dengan tayangan konten dengan berbagai macam mulai dari skincare, make up dan hal -hal trending.					
	Tasya Farasya memberikan informasi sesuai dengan Produk yang sebenarnya					
	Setiap kontenTasya Farasya selalu unik dan menarik untuk dilihat.					
	Isi Konten Tasya Farasya sangat memberikan informasi, pengetahuan dan cara atapun mereview barang dengan real.					
Komunikasi Kreator	Tasya Farasya selalu mereview hal hal yang trending ataupun saran dari follower					
	Tasya Farasya selalu merspon Follewer dengan baik.					
	Saya merasakan Suka cara dia menggunakan bahasa yang santai namun tetap ilmiah.					
	saya sangat suka dengan bahasa tubuhnya dari wajah dan tanganya saat meragakan sangat bagus					
Variabel Y (Depedency media)		SS	S	N	TS	STS
Kognitif	Saya merasa kagum dan ingin menjadi cantik saat melihat konten Tasya Farasya.					
	Saya sangat merasa memiliki pengetahuan lebih saat melihat konten Tasya Farasya setiap kali tersedia konten baru.					
	Dengan melihat konten Tasya Farasya saya ingin mencoba					
	jika ingin membeli atau membandingkan produk saya selalu melihat kontennya					
Afektif	Saya selalu menunggu update konten terbaru Tasya Farasya dan merasa senang					
	Saya Selalu mengaktifkan notif akun					

UIN SUSKA RIAU

	tiktok Tasya Farasya					
	Saya selalu menjadikan tasya poin of skincare dan make up untuk saya pakai					
	jika review sebuah produk saya selalu membelinya					
Behavior	Setiap permasalahan kulit dan ingin melihat kandungan produk saya selalu melihat review Tasya Farasya					
	Saya merasa yakin dalam memutuskan membeli produk setalh melihat konten Tasya Farasya					
	Dengan melihat konten Tasya Farasya saya lebih paham akan kegunaan dan cara menggunakan make up dengan baik.					
	Saya merasa ingin cantik dan selalu ingin mengikuti gaya sekaligus pasion Tasya Farasya					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

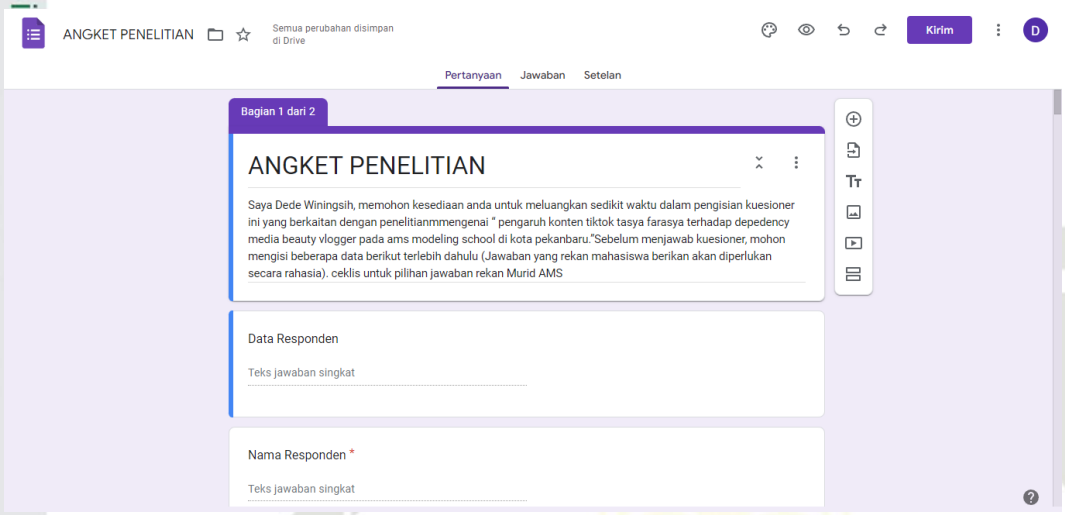
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta mi

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria

LAMPIRAN 2

Dokumentasi



Sumber : https://forms.gle/YU7XqadqbjAfg2f77

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL X (KONTEN TASYA FARASYA)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	53,46	42,958	,240	,682
P2	53,00	37,960	,400	,601
P3	52,72	37,375	,609	,503
P4	51,83	42,547	,394	,602
P5	52,03	41,868	,431	,587

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	5

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL Y (DEPEDENSI MEDIA)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	26,20	12,283	,789	,306
P2	26,25	19,058	,307	,875
P3	25,97	13,181	,580	,579

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	3

UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN 3

TABULASI DATA

Nama Responden	X_1				X_2				X_3				X_4				X_5				Y_1				Y_2				Y_3			
Zahwa Cahyani Putri	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
Viona Safitri	3	3	3	5	5	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3	4	2	2
Maria Arta	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
Rina Friscawati Br Sihombing	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4
Nabila Hariani	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Yolanda Afriza	3	3	3	5	5	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4
Intan Ayu Listiani	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	2	4	2	2
Eva Maysinta Br G	2	2	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	5	5	2	2	3	3	5	4	5	5
Vrilya Rahmadhini	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Nhaswal	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4
Aila Indah Anugrah	3	2	2	5	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Hami Maiyarti	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
Nafa Rizky Yani	3	2	2	3	5	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	2	5	3	3
Deswita Natasya Agustin	2	2	3	2	5	3	2	2	3	3	3	3	4	3	5	3	3	2	2	3	3	2	5	5	2	2	2	2	5	2	5	5
Monika Cahya Fatmawati	2	2	2	2	5	2	2	5	5	5	3	3	5	5	5	4	2	3	3	2	2	3	5	5	5	2	2	2	5	4	5	5

UIN SUSKA RIAU

Riris Angelina Pasaribu	3	3	3	2	5	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	2	2	3	3	5	2	5	3
Raisya Salsabila	2	2	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3		
Nayla	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	
Irpan Maulana	2	4	2	2	4	2	3	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	5	4	2	5	5	3	4	2	5	
Firdha Aulia Annisa	3	3	4	3	4	2	2	2	2	5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	2	2	4	4	3	2	2	3	2	2	
Anisa Winda Sari Purba	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Hafiza Azura	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
Mohamed Ibrahim Najar	2	2	2	2	5	2	2	2	5	5	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	5	2	2	2	
Nur Laily Cantika	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3
Fauziah Nexa	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Rada Sari	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	5	4	2	5
Safira Andi	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	2	4	5	3
Nur Insani	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Febrianti	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tina	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	2	
Tion Fana	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	5	2	5	5	5	2	2	2	2	2	3	5	2	2	5	3	3	2	3	5	
Zakia	3	3	3	3	2	2	2	2	5	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2	2	5	4	2	2	
Mimin Pebrina	5	5	5	5	5	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	5	2	5	3	2	5	2	2	5	2	2	3	5	3	2	2	
Athifa Fayola	3	2	3	5	5	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	2	3	3	5	2	3	2	5	
Arini	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	2	4	
Reva Amelia	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak cipta milik UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Naima Anggita	3	3	3	2	5	5	5	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3
Rahmita Sari	3	3	4	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	3	3	2	3	4	4	2
Im Novita Siwi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Andri	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2
Rahma Yani	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	5	5	3	3	2	2	5	5	5	5	
Ais	2	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	5	5	2	3	2	2	5	2	3	2	3	3	3	5	2	2	5	2	3	3
Rayendra Dwi Putra	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	2	3	3	2	2	
Zaki	3	2	3	3	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Indah Jelita Rayani	4	4	4	4	4	4	3	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Nasywa Cahyani	3	3	3	2	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Andita Putri	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	2	2	
Dapzy	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	
Arif Defri Arianto	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	2	3
Rintiona Tumanggor	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
Rahmalia Sri Innayah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Ilham Zaidi	2	2	5	5	3	2	5	5	5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	5	5	3	2	2	2	5	2	5	5	
Dirga Alfiqri	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2
Muhammad Dirza Haska	3	2	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
Anthonio Jamalul Furqon	2	4	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	5	4	4	2
Deva Rama	3	2	2	5	2	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	2	2

Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
UIN SUSKA RIAU

Putra																															
Lolyta Handria Yani	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
Novri Supriadi	3	3	2	2	5	3	2	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3
Ananda Fajeri Rahman	2	5	2	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3
Widya Fitria Ningsih	3	5	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	5	2	3	3	2	3	2	3	
Galih Fauzi	3	4	5	5	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	2	3	4	3	3	2	3	5	2	
Abdurrazzaq Al Atsariy	4	4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	4	4	2	
Atikah Riwani	2	2	3	3	5	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	5	4	2	2
Cindy Tamara Erisca	3	2	5	5	3	2	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	2	3	3	3	3	3	3	5	2
Yossep Genaro Gea	2	2	2	5	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2
Dicky Alhusli	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Hotnida Nasution	2	3	2	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	3
Erita	4	4	4	2	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Annisa Nabila	3	3	2	2	2	3	2	5	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	5	3	2	2	2	2	3	5	2	5	3	2	2
Nurzilla Rahmadhani	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	2	2	2	4	5	5
Sofia Amelia Anugerah	2	2	2	2	5	3	3	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	2	2	5	3	3	3	3	3	3	2	5
Aldy Arif Rahman	2	2	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3
Ahmad Khalid	2	5	2	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	5	4	3	3	4	3	4	3	5	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak cipta milik UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Asya Aulia Putri	3	3	3	3	4	2	3	3	3	5	2	2	5	5	3	5	5	2	5	2	5	5	3	3	5	5	5	2	4	5	3	3
Fenni Dwi Anzery	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Refaldo Arbie	3	2	3	3	5	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
Ferdi Anggara	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4
Eskadati	3	2	3	2	5	3	2	5	5	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	2
Muhammad Dimas	4	3	3	4	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3
Yuliana Putri Zahara	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
Fiska Kadesi	2	5	3	5	3	5	5	5	5	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	5	5	2	3	3	3	3	4	5	5
Aidil Amin	5	5	2	3	4	2	5	5	5	5	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	5	5	2	2	3	5	5	2	5	5
Allef Faiza Ravamel	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2
Ana Yulianti	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
Anggie Nelis Ronalita Lu-	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	3	3
Anggun Oktaviani	3	2	2	2	5	5	4	3	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
Asfa Raini Ningsih	3	2	3	2	5	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	2	3	4	3	3
Davinna Pradita	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	4	4	3	3	4	2	2
Delia Arminesti	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	2	4	3	2
Dicky Maulana Akbar	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	3	2	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
Dini Lin Oktavia	3	3	3	3	5	2	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
Elsa Vatyha	3	4	3	2	5	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak cipta dilindungi undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fasta Biqil Khairani	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Ikhsan Nur Mustaqim	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	2	4	2	2
Indah Noviandi	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	2	3	3	4	4
M.Rizaldi	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	2	4
Maulana Raja Irfan	2	5	3	2	5	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	5	4	3	2
Maulaya Mawaddah Siregar-	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3	3	4	3	2
Muhammad Taufiqurrahman-	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	2
Muhammad Zaqi Ramadhan	3	3	3	3	5	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	5	3	2	2

Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Dilindungi Undang-Undang
ng mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
gutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau
gutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
ng mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Ria

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 4

OUTPUT SPSS

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Depedensi Media	39,21	5,411	100
Konten Tasya Farasya	65,73	7,664	100

Correlations

		Depedensi Media	Konten Tasya Farasya
Pearson Correlation	Depedensi Media	1,000	,660
	Konten Tasya Farasya	,660	1,000
Sig. (1-tailed)	Depedensi Media	.	,000
	Konten Tasya Farasya	,000	.
N	Depedensi Media	100	100
	Konten Tasya Farasya	100	100

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,660[a]	,436	,430	4,085	,436	75,721	1	98	,000

a. Predictors: (Constant), Konten Tasya Farasya

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1263,428	1	1263,428	75,721	,000[a]
	Residual	1635,162	98	16,685		
	Total	2898,590	99			

a. Predictors: (Constant), Konten Tasya Farasya
b. Dependent Variable: Depedensi Media

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,574	3,544		2,419	,017
	Konten Tasya Farasya	,466	,054	,660	8,702	,000

a. Dependent Variable: Depedensi Media

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konten Tasya Farasya	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Depedensi Media

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak c

Sultan Syarif Kasim Ria

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Dede Winingsih
NIM : 11840321989
Judul : Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Skincare Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 20 Desember 2022

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Desember 2022

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,	Penguji II,
Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom., Ma	**Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom**
NIP. 198906192018011004	**NIP. 130417026**

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak c

ultan Syarif Kasim Ria

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No.155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani – Pekanbaru 28298 PO Box.1004
Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
Web: https://fdk.uin-suska.ac.id, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

UIN SUSKA RIAU

Nomor : B-1201/Un.04/F.IV/PP.00.9/02/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 21 Februari 2023

Kepada Yth,
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	:	**DEDE WININGSIH**
N I M	:	**11840321989**
Semester	:	**X (Sepuluh)**
Jurusan	:	**Ilmu Komunikasi**
Pekerjaan	:	**Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau**

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:
"Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Depedency Media Beauty Vlogger Pada AMS Modeling School di Kota Pekanbaru."

Adapun sumber data penelitian adalah :
"AMS Modeling School, Jalan Gelatik, Kp. Melayu, Kec. Sukajadi, Pekanbaru, Riau."
Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. Imron Rosidi., S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tembusan:
1. **Mahasiswa yang bersangkutan**

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BIODATA PENULIS

Dede Winingsih, lahir di Enok tanggal 23 Juni 2000. Anak terakhir dari tiga bersaudara dari pasangan Ayahanda H. Maming dan Ibunda Hj. Kadem. Pendidikan formal yang ditempuh penulis di SDN 001 Enok, lulus pada tahun 2012. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan di MTsN 1 Enok, lulus pada 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang SMA Negeri 1 Enok, lulus pada tahun 2018. Kemudian pada tahun 2018 penulis melanjutkan studi ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim dan diterima di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi lewat jalur SBMPTN. Dalam masa perkuliahan penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di kelurahan Desa Kuala Enok, dan melaksanakan magang di Meet Up Co-working and Space Pekanbaru. Setelah magang penulis bekerja di salah satu perusahaan pialang di Pekanbaru sambil melakukan penelitian sampai Tahun 2023, penulis memutuskan untuk resign. Kemudian penulis kembali fokus melakukan penelitian dari bulan Januari hingga bulan Mei 2023 di Ams Modeling School Pekanbaru dengan judul "*Pengaruh Konten Tiktok Tasya Farasya Terhadap Depedency Media Beauty Vlogger Pada Ams Modeling School Di Kota Pekanbaru*". Dan diujikan untuk menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

UIN SUSKA RIAU