

---

## Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Kosmetika Terhadap Perilaku Tata Rias Wajah Sehari-Hari Bagi Siswi di SMAN 6 Jakarta

Rossa Farahdiba Ramadhanti <sup>1)</sup>, Aniesa Puspa Arum <sup>2)\*</sup>, Dwi Atmanto <sup>3)\*</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

\*Penulis Koresponden

Email :

[ocharamel@gmail.com](mailto:ocharamel@gmail.com)

[aniesapuspa@gmail.com](mailto:aniesapuspa@gmail.com)

[dwiatmanto65@gmail.com](mailto:dwiatmanto65@gmail.com)

---

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh pengetahuan penggunaan kosmetika terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari di kalangan siswi SMAN 6 Jakarta. Tren penggunaan kosmetika yang meningkat di kalangan remaja seringkali tidak diimbangi dengan pemahaman yang memadai tentang cara penggunaan yang tepat dan aman. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, penelitian melibatkan 85 siswi yang dipilih melalui simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan penggunaan kosmetika tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari (signifikansi  $0,875 > 0,05$ ;  $R^2 = 0,000$ ). Meskipun memiliki pengetahuan yang rendah, mayoritas siswi tetap aktif menggunakan kosmetika dalam keseharian mereka. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor eksternal seperti tren sosial, pengaruh lingkungan, dan media digital lebih berperan dalam membentuk perilaku tata rias wajah dibandingkan pengetahuan tentang kosmetika.

**Kata kunci:** Pengetahuan Kosmetika, Perilaku Tata Rias, Remaja, SMAN 6 Jakarta

### Abstract

This research examines the influence of cosmetics knowledge on daily facial makeup behavior among female students at SMAN 6 Jakarta. The increasing trend of cosmetics use among adolescents is often not accompanied by adequate understanding of proper and safe usage methods. Using a quantitative approach with survey techniques, the research involved 85 female students selected through simple random sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression. The results showed that knowledge of cosmetics use did not significantly influence daily facial makeup behavior (significance  $0.875 > 0.05$ ;  $R^2 = 0.000$ ). Despite having low knowledge, the majority of female students actively used cosmetics in their daily lives. These findings indicate that external factors such as social trends, environmental influences, and digital media play a more significant role in shaping facial makeup behavior compared to knowledge about cosmetics.

**Keywords:** Cosmetics Knowledge, Makeup Behavior, Adolescents, SMAN 6 Jakarta.

---

## PENDAHULUAN

Tata rias wajah telah menjadi praktik yang dikenal sejak ribuan tahun lalu, khususnya di kalangan wanita. Menurut Wahyuni et al., (2023), tata rias wajah memiliki dua fungsi utama: *seduction* untuk meningkatkan penampilan dan *camouflage* untuk menutupi kekurangan fisik. Bagi remaja putri, khususnya pada usia SMA (15-18 tahun), penggunaan tata rias wajah bukan sekadar aktivitas rutin, melainkan bagian dari pembentukan identitas diri dan upaya mendapatkan pengakuan sosial.

Tata rias wajah sehari-hari didefinisikan sebagai seni mempercantik diri dengan menggunakan kosmetika untuk mengoreksi bagian-bagian wajah yang kurang sempurna (Hayatunnufus, 2022). Menurut Lestari & Widayati (2022), tata rias wajah bertujuan untuk

mempercantik wajah dengan menonjolkan bagian-bagian yang sudah indah dan menyamarkan kekurangan pada wajah. Fadhillah (2022), menekankan bahwa tata rias wajah merupakan tindakan untuk mempercantik, memperbaiki, dan menyempurnakan bentuk wajah dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. Tata rias wajah sehari-hari dikatakan sempurna apabila terlihat wajar dan tidak berlebihan, dengan memperhatikan faktor usia, waktu, dan kesempatan.

Gautama & Ambarwati (2021), menyatakan bahwa bagi banyak perempuan, terutama remaja, tata rias wajah menjadi sarana penting untuk membangun kepercayaan diri dan mengekspresikan kepribadian. Pada fase ini, remaja putri memiliki keingintahuan tinggi dan cenderung lebih sensitif terhadap tren kosmetik, dengan motivasi utama ingin terlihat lebih menarik dibandingkan teman sebaya.

Di era digital, akses terhadap informasi dan tutorial tata rias wajah menjadi sangat mudah melalui berbagai platform media sosial. Survei yang dilakukan oleh ZAP Beauty Index (2020), menunjukkan bahwa sekitar 45,4% perempuan di Indonesia mulai menggunakan kosmetika sebelum usia 19 tahun, dengan Generasi Z lebih sering menggunakan make-up untuk menutupi ketidaksempurnaan kulit dibandingkan generasi sebelumnya.

Remaja, sebagaimana didefinisikan oleh Monks et al., (2019) meliputi rentang usia antara 12 hingga 21 tahun. Suryana et al., (2022), membagi masa remaja menjadi remaja awal (12-15 tahun) dan remaja akhir (15-18 tahun). Siswa SMA umumnya berusia 14-19 tahun, yang menempatkan mereka dalam kategori remaja (Rusman, 2020). Suryana et al., (2022), menekankan pentingnya mempertimbangkan konteks budaya dan sosial dalam mendefinisikan masa remaja, dengan model yang lebih fleksibel yang mencakup tiga fase utama: awal (11-14 tahun), tengah (15-17 tahun), dan akhir (18-21 tahun).

Generasi Z (lahir antara 1997-2012) memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi kosmetika. Menurut Ananda & Marno (2023), Generasi Z lebih dipengaruhi oleh konten visual di media sosial dan rekomendasi teman sebaya dibandingkan pengetahuan teoritis. Berliana (2018), menemukan bahwa remaja menggunakan kosmetika tidak hanya untuk meningkatkan penampilan fisik, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan diri dan mengurangi kecemasan sosial.

Media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi remaja tentang kecantikan. Fazria et al., (2024) mengungkapkan bahwa remaja cenderung mengikuti tren kecantikan yang mereka lihat di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Influencer kecantikan memiliki pengaruh signifikan dalam memengaruhi preferensi dan kebiasaan tata rias wajah remaja (Putri Hertian et al., 2024). Tiggemann & Anderberg (2022), menjelaskan bahwa budaya kecantikan yang dipromosikan di media sosial memengaruhi cara remaja memandang diri mereka sendiri dan penggunaan kosmetika. Remaja sering menggunakan kosmetika sebagai alat untuk mengekspresikan identitas diri dan menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang berlaku.

Valkenburg & Piotrowski (2017), menyoroti bahwa remaja cenderung menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku di lingkungan sosial mereka untuk mendapatkan penerimaan, termasuk dalam penggunaan kosmetika. Pengaruh teman sebaya dan norma sosial memiliki dampak besar terhadap perilaku tata rias wajah remaja. Penggunaan make-up pada usia dini dapat berdampak negatif terhadap kesehatan kulit, termasuk munculnya flek dan kerutan pada usia yang lebih muda. Oleh karena itu, pengetahuan yang memadai tentang penggunaan kosmetika sangat penting untuk mencegah dampak negatif pada kesehatan kulit remaja.

Kesadaran tentang penggunaan kosmetik yang aman semakin meningkat, terutama di kalangan remaja. Banyak remaja yang masih kurang memahami bahan-bahan berbahaya dalam kosmetik dan dampaknya terhadap kesehatan kulit (Puspita Sari et al., 2023). Penggunaan kosmetik yang tidak sesuai dengan jenis kulit dapat menyebabkan masalah kulit, seperti jerawat, iritasi, atau alergi. Remaja perlu mendapatkan edukasi tentang pemilihan kosmetik yang aman dan sesuai dengan kondisi kulit mereka (A. Ananda et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang kosmetika yang aman sangat penting untuk mencegah masalah kulit jangka

panjang. Namun, meskipun kesadaran tentang kosmetik aman semakin meningkat, banyak remaja yang masih lebih memilih untuk mengikuti tren kecantikan yang sedang populer daripada menerapkan pengetahuan mereka tentang kosmetika yang aman.

SMAN 6 Jakarta yang berlokasi di kawasan strategis Blok M, Jakarta Selatan, menjadi lokasi penelitian yang relevan karena siswi di sekolah ini memiliki akses mudah terhadap berbagai produk kosmetik dan tren kecantikan terkini. Berdasarkan observasi awal, mayoritas siswi mulai menggunakan tata rias wajah sejak kelas 10, dengan intensitas yang meningkat seiring bertambahnya tingkat kelas.

Hasil pre-survey pada November 2024 terhadap 7 siswi menunjukkan fakta menarik: 6 dari 7 siswi telah menggunakan tata rias dalam kehidupan sehari-hari dengan motivasi utama meningkatkan kepercayaan diri (3 siswi), mempercantik diri (2 siswi), menutupi jerawat (1 siswi), dan menyempurnakan wajah (1 siswi). Rentang usia awal penggunaan kosmetik bervariasi dari 8 hingga 15 tahun. Semua responden menyetujui bahwa pengetahuan kosmetika yang baik menghasilkan make-up berkualitas, namun 1 siswi mengaku belum mengetahui keamanan kosmetik yang digunakannya untuk kulit remaja.

Sumber pengetahuan kosmetika siswi sepenuhnya berasal dari media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Lima dari tujuh siswi mengakui pengaruh besar media sosial, budaya K-pop, dan para influencer terhadap tren penggunaan make-up di kalangan remaja Indonesia. Paparan konstan terhadap konten kecantikan ini meningkatkan minat mereka dalam menggunakan make-up, baik untuk menyesuaikan diri dengan tren maupun sebagai cara menutupi ketidakamanan diri.

Meskipun sekolah memiliki regulasi mengenai batasan penggunaan tata rias, pemahaman siswi tentang penggunaan kosmetik yang tepat masih perlu ditingkatkan. Banyak siswi belum memiliki pengetahuan memadai tentang kandungan kosmetik dan cara aplikasi yang benar, sementara usia remaja merupakan periode kritis dalam pembentukan kebiasaan perawatan wajah jangka panjang.

Penelitian terdahulu seperti *Analisis Pengetahuan Tata Rias Wajah Sehari-Hari dan Perilaku Penggunaan Kosmetika (Studi Kasus pada PNS Wanita di Kemendikbud)* oleh Gautama & Ambarwati (2021) dan *Makna Penggunaan Make-Up Sebagai Pembentukan Kepercayaan Diri Bagi Mahasiswa* oleh Fadhillah (2022) belum secara spesifik membahas hubungan antara pengetahuan penggunaan kosmetika dengan perilaku tata rias wajah sehari-hari pada siswi SMA. Penelitian ini berusaha mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana tingkat pengetahuan penggunaan kosmetika dapat mempengaruhi perilaku tata rias wajah dalam kehidupan sehari-hari siswi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan penggunaan kosmetika terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari bagi siswi di SMAN 6 Jakarta. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga dalam pengembangan pendidikan dan peningkatan kualitas hidup siswi SMAN 6 Jakarta, serta menambah literatur di bidang kecantikan dan pendidikan remaja.

## METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini dilaksanakan di SMAN 6 Jakarta pada bulan Desember 2024 dengan tujuan menganalisis pengaruh pengetahuan kosmetika terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari siswi. Populasi penelitian adalah seluruh siswi SMAN 6 Jakarta yang berjumlah 547 siswi, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Jumlah sampel ditentukan melalui rumus Slovin dengan tingkat error 10%, menghasilkan 85 responden yang terdistribusi secara proporsional pada kelas X, XI, dan XII.

Penelitian menggunakan dua variabel utama yaitu pengetahuan penggunaan kosmetika (variabel X) dan perilaku tata rias wajah sehari-hari (variabel Y). Instrumen untuk mengukur variabel X menggunakan tes objektif pilihan ganda sebanyak 25 item dengan penilaian dikotomi

(benar=1, salah=0) yang mencakup lima dimensi: pengertian kosmetika, fungsi kosmetika, tahapan penggunaan kosmetika, jenis-jenis kosmetika, dan tujuan kosmetika. Sedangkan variabel Y diukur menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 4 poin (SS=4, S=3, TS=2, STS=1 untuk pernyataan positif; sebaliknya untuk pernyataan negatif) yang terdiri dari 25 item pernyataan mencakup dimensi persiapan kulit, persiapan sebelum merias wajah, aplikasi tata rias pada pipi, mata, dan bibir.

Validitas instrumen diuji menggunakan korelasi Product Moment (variabel Y) dan korelasi point biserial (variabel X), sementara reliabilitas dianalisis menggunakan Alpha Cronbach (variabel Y) dan KR-20 (variabel X). Analisis data dilakukan melalui dua tahapan utama yaitu uji prasyarat analisis dan uji hipotesis. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dan uji linearitas.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana dengan persamaan  $Y = a + bX$ , uji signifikansi koefisien regresi (uji t), dan perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Hipotesis statistik yang diuji adalah  $H_0: \rho = 0$  (tidak ada pengaruh antara pengetahuan penggunaan kosmetika dengan perilaku tata rias wajah sehari-hari) dan  $H_a: \rho \neq 0$  (ada pengaruh antara pengetahuan penggunaan kosmetika dengan perilaku tata rias wajah sehari-hari), dengan pengolahan data menggunakan software statistik pada tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Responden

Penelitian ini melibatkan 85 siswi SMAN 6 Jakarta sebagai responden. Berdasarkan analisis statistik deskriptif terhadap data yang terkumpul, diperoleh hasil pengukuran terhadap dua variabel utama penelitian. Variabel X (Pengetahuan Penggunaan Kosmetika) yang diukur dari 25 soal memiliki skor minimum sebesar 5 dan skor maksimum sebesar 20, dengan nilai rata-rata 14.69 dan standar deviasi 3.37. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswi memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik mengenai penggunaan kosmetika, meskipun terdapat variasi yang cukup tinggi antar responden. Sementara itu, Variabel Y (Perilaku Tata Rias Wajah) memiliki rentang skor antara 56 hingga 90 dari 25 soal, dengan rata-rata 73.66 dan standar deviasi 8.18, yang mengindikasikan bahwa secara umum siswi memiliki kebiasaan tata rias wajah yang cukup tinggi.

### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan keabsahan dan konsistensi alat ukur yang digunakan. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh butir soal untuk variabel X dan variabel Y dinyatakan valid dengan nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel (0.213) pada taraf signifikansi 5%. Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel X memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0.659 yang termasuk dalam kategori cukup baik, sedangkan variabel Y memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0.818 yang termasuk dalam kategori baik. Koefisien reliabilitas ini dihitung dengan menggunakan jumlah item (K) sebanyak 25, total varians individu untuk variabel X ( $\sum pq$ ) sebesar 5.595, varians total skor ( $S_t^2$ ) sebesar 11.201, dan untuk variabel Y jumlah varians item ( $\sum \sigma^2$ ) sebesar 14.355 serta varians total ( $St^2$ ) sebesar 66.823.

### Uji Persyaratan Analisis

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji persyaratan analisis berupa uji normalitas dan uji linearitas. Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200 yang lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi untuk Deviation from Linearity sebesar 0.847 yang lebih besar dari 0.05, yang berarti bahwa terdapat

hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X (Pengetahuan Penggunaan Kosmetika) dan variabel Y (Perilaku Tata Rias Wajah) bersifat linear, sehingga analisis regresi dapat dilakukan dengan asumsi linearitas yang terpenuhi.

### **Pengujian Hipotesis**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan regresi  $Y = 73.037 + 0.042X$ . Koefisien regresi sebesar 0.042 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel X (Pengetahuan Penggunaan Kosmetika) hanya akan meningkatkan variabel Y (Perilaku Tata Rias Wajah) sebesar 0.042 unit. Namun, nilai signifikansi sebesar 0.875 yang lebih besar dari 0.05 mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Hasil uji signifikansi parsial (Uji t) juga mendukung hasil ini, dengan nilai t sebesar 0.158 menunjukkan bahwa kontribusi variabel X terhadap perubahan variabel Y sangat kecil.

Hasil koefisien determinasi (R Square) menunjukkan nilai 0.000, yang berarti bahwa variabel X tidak memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi pada variabel Y. Dengan kata lain, pengetahuan penggunaan kosmetika tidak berpengaruh terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari pada siswi SMAN 6 Jakarta. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan tidak ada pengaruh tingkat pengetahuan penggunaan kosmetika terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari gagal ditolak, yang berarti tidak ditemukan pengaruh yang cukup untuk menyatakan bahwa pengetahuan penggunaan kosmetika berpengaruh terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan penggunaan kosmetika terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari pada siswi SMAN 6 Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.875 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0.05, serta nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.000 yang menunjukkan tidak adanya kontribusi variabel pengetahuan penggunaan kosmetika terhadap variabel perilaku tata rias wajah.

Meskipun tingkat pengetahuan penggunaan kosmetika di kalangan siswi cukup baik dengan nilai rata-rata 14.69, namun pengetahuan tersebut tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku tata rias wajah mereka sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gautama (2020) yang menemukan bahwa pengetahuan tentang tata rias wajah tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kosmetika. Gautama menjelaskan bahwa faktor lain, seperti pengaruh media sosial dan tekanan teman sebaya, lebih dominan dalam memengaruhi kebiasaan tata rias wajah sehari-hari.

Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah (2022) yang menemukan bahwa pengetahuan tentang kosmetika memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku tata rias wajah. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh perbedaan karakteristik sampel. Penelitian Fadhilah dilakukan pada mahasiswi yang memiliki akses lebih luas terhadap informasi tentang kosmetika, sedangkan penelitian ini dilakukan pada siswi SMA yang mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan tren kecantikan yang sedang populer.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori pengaruh media sosial (Korichi et al., 2008) yang menyatakan bahwa remaja cenderung mengikuti tren kecantikan yang mereka lihat di media sosial, seperti Instagram, TikTok, atau YouTube. Meskipun siswi memiliki pengetahuan yang cukup tentang kosmetika, mereka lebih memilih untuk mengikuti tren yang sedang populer daripada menerapkan pengetahuan tersebut dalam praktik sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak selalu menjadi faktor utama dalam menentukan perilaku tata rias wajah.

Selain itu, teori perkembangan remaja menjelaskan bahwa remaja berada pada fase pencarian identitas, di mana mereka cenderung mengikuti tren dan gaya hidup yang populer untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial. Hal ini menjelaskan mengapa remaja lebih memilih mengikuti tren kecantikan daripada menerapkan pengetahuan mereka tentang kosmetika.

Diagram distribusi tingkat pengetahuan menunjukkan bahwa sebagian besar siswi (57.6%) memiliki tingkat pengetahuan yang cukup tentang penggunaan kosmetika, sementara 42.4% siswi memiliki tingkat pengetahuan yang kurang. Tidak ada siswi yang masuk dalam kategori pengetahuan baik (>80%). Hal ini menunjukkan bahwa masih diperlukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan siswi tentang penggunaan kosmetika yang aman dan sesuai dengan usia mereka.

Di sisi lain, perilaku tata rias wajah sehari-hari siswi SMAN 6 Jakarta menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan nilai rata-rata 73.66. Hal ini mengindikasikan bahwa siswi SMAN 6 Jakarta sudah terbiasa menggunakan kosmetika sejak remaja dan hampir setiap hari menggunakannya. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, mengingat tingkat pengetahuan mereka tentang penggunaan kosmetika yang relatif tidak terlalu tinggi. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya edukasi yang lebih komprehensif tentang penggunaan kosmetika yang aman dan sesuai dengan usia remaja. Edukasi ini dapat dilakukan melalui program ekstrakurikuler, seminar, atau workshop tentang kesehatan kulit dan penggunaan kosmetika yang tepat. Di sisi lain, perusahaan kosmetik perlu mempertimbangkan faktor-faktor sosial dan budaya dalam merancang strategi pemasaran mereka, karena remaja lebih dipengaruhi oleh tren dan lingkungan sosial daripada pengetahuan teoritis.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sampel yang terbatas pada siswi SMAN 6 Jakarta, sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku tata rias wajah, seperti pengaruh media sosial, tekanan teman sebaya, atau faktor budaya dan agama. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang motivasi dan preferensi remaja dalam menggunakan kosmetika.

### KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji hubungan antara tingkat pengetahuan penggunaan kosmetika dengan perilaku tata rias wajah sehari-hari pada siswi SMAN 6 Jakarta. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pengetahuan penggunaan kosmetika terhadap perilaku tata rias wajah sehari-hari siswi SMAN 6 Jakarta, tingkat pengetahuan siswi tentang penggunaan kosmetika masih tergolong rendah dan sebagian besar siswi memiliki kebiasaan menggunakan tata rias wajah dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku tata rias wajah siswi lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti media sosial, tren kecantikan, tekanan teman sebaya, dan lingkungan sosial.

### REFERENSI

- Ananda, A., Batubara, D. E., Putri, A. H., & Murlina, N. (2024). *ARTIKEL PENELITIAN Pengetahuan Yang Rendah Tentang Penggunaan Krim Pemutih Wajah Dapat Meningkatkan Risiko Terjadinya Penyakit Kulit Pada Mahasiswi Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Angkatan 2021*. 5(3), 58–65.
- Ananda, E. R., & Marno, M. (2023). Analisis Dampak Penggunaan Teknologi Media Sosial terhadap Perilaku Bullying di Kalangan Siswa Sekolah Dasar Ditinjau dari Nilai Karakter Self-Confident Siswa dalam Konteks Pendidikan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(5), 2207–2217. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i5.5206>
- Berliana, N. (2018). Pemakaian Kosmetik terhadap Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Skripsi: UIN Ar-Raniry*, 1–94. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/6119/1/Nadya Berliana.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/6119/1/Nadya%20Berliana.pdf)
- Fadhillah. (2022). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Pembentukan Kepercayaan Diri Bagi Mahasiswi (Studi Kasus: Mahasiswi FISIP UIN Jakarta). In *Skripsi* (Vol. 1, Issue 1).
- Fazria, N., Firman, & Netrawati. (2024). Fear Of Missing Out ( FOMO ) Pada Remaja Pengguna Media Sosial : Studi Pendahuluan. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Konseling*, 2(3), 1193–

1202.

- Gautama, C., & Ambarwati, N. S. S. (2021). Analisis Pengetahuan Tata Rias Wajah Sehari-Hari Dan Perilaku Penggunaan Kosmetika. *Jurnal Tata Rias*, 11(1), 111–120. <https://doi.org/10.21009/jtr.11.1.13>
- Hayatunnufus. (2022). *Tata Rias Wajah*. CV. Muharika Rumah Ilmiah.
- Lestari, R. D., & Widayati, A. (2022). Profil Penggunaan Kosmetika di kalangan Remaja Putri SMK Indonesia Yogyakarta. *Majalah Farmaseutik*, 18(1), 8. <https://doi.org/10.22146/farmaseutik.v18i1.70915>
- Monks, F. ., Haditono, S. R., & Knoers, A. M. . (2019). *Psikologi Perkembangan* (18th ed.). UGM Press.
- Puspita Sari, D., Fathir Nucholis, M., Navishya Zhilwa, N., & Hayati, S. (2023). Analisis Pemahaman Remaja terhadap Bahaya Penggunaan Kosmetik Berbahan Dasar Merkuri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 552–559.
- Putri Hertian, S., Herawati, E., & Atmanto, D. (2024). Pengaruh Beauty Vlogger “X” Terhadap Perilaku Tata Rias Wajah Mahasiswi (Studi Pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Universitas Negeri Jakarta). *Journal on Education*, 7(1), 3789–3799. <https://doi.org/10.31004/joe.v7i1.6984>
- Rusman. (2020). *Belajar dan Pembelajaran: Berorientasi Standa Proses Pendidikan*. Kencana.
- Suryana, E., Wulandari, S., Sagita, E., & Harto, K. (2022). Perkembangan Masa Remaja Akhir (Tugas, Fisik, Intelektual, Emosi, Sosial dan Agama) dan Implikasinya pada Pendidikan. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 1956–1963. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i6.664>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2022). Social media is not real: The effect of ‘Instagram vs reality’ images on women’s social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183–2199.
- Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. . (2017). *Plugged in: How media attract and affect youth*. Yale University Press.
- Wahyuni, D. T., Rochayati, R., & Siswanto, S. (2023). Deskripsi Tari Jaran Buto Dalam Perspektif Tata Rias dan Busana di Kabupaten Banyuasin Sumatra Selatan. *ANTHOR: Education and Learning Journal*, 2(4), 440–446. <https://doi.org/10.31004/anthor.v2i4.169>
- ZAP Beauty Index. (2020). ZAP Beauty Index & MarkPlus. *ZAP Clinic*, 1–36.