

Pengaruh Intensitas Menonton *Reels Instagram* terhadap Peningkatan Pengetahuan *Eye Make Up* pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 27 Jakarta

Putri Rezeky Kusuma Barkah^{1*}, Titin Supiani², Nurul Hidayah³

¹⁻³Pendidikan Vokasional Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Corresponding Author's e-mail: putrirzky04@gmail.com



e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada>

Vol. 04, No. 09 September, 2026

Page: 4694-4704

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v4i8.3390>

Article History:

Received: Juli 03, 2026

Revised: Agustus 21, 2026

Accepted: September 16, 2026

Abstract : *The utilisation of digital media in learning has continued to develop, including the use of Instagram Reels, which has the potential to support students' understanding of practical learning materials. This study aims to analyse the influence of Instagram Reels viewing intensity as a learning medium on the improvement of eye make-up knowledge among Grade XI students at SMK Negeri 27 Jakarta. This research employed a quantitative approach using a survey method. The study population consisted of 34 students from the Grade XI Beauty Department, with a saturated sampling technique applied. Data were collected through questionnaires measuring Instagram Reels viewing intensity and eye make-up knowledge tests, then analysed using normality, heteroscedasticity, linearity tests, simple linear regression, t-test, and coefficient of determination with the assistance of SPSS version 26. The results indicate that Instagram Reels viewing intensity has a positive and significant effect on the improvement of eye make-up knowledge, with a significance value of 0.001 (<0.05). The R Square value of 0.285 indicates a contribution of 28.5%. These findings demonstrate that Instagram Reels can be utilised as a supporting learning medium to enhance students' knowledge.*

Keywords : *Eye Make-Up, Knowledge Improvement, Instagram Reels, Viewing Intensity.*

Abstrak : Pemanfaatan media digital dalam pembelajaran semakin berkembang, salah satunya melalui Reels Instagram yang berpotensi mendukung pemahaman peserta didik pada pembelajaran praktik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas menonton Reels Instagram sebagai media pembelajaran terhadap peningkatan pengetahuan *eye make-up* pada siswa kelas XI SMK Negeri 27 Jakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian terdiri atas 34 siswa kelas XI Tata Kecantikan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling jenuh*. Data dikumpulkan melalui angket intensitas menonton Reels Instagram dan tes pengetahuan *eye make-up*, kemudian dianalisis menggunakan uji normalitas, heteroskedastisitas, linearitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas menonton Reels Instagram terhadap peningkatan pengetahuan *eye make-up* dengan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$). Nilai R Square sebesar 0,285 menunjukkan kontribusi sebesar 28,5%. Temuan ini menunjukkan bahwa Reels Instagram dapat

dimanfaatkan sebagai media pembelajaran pendukung untuk meningkatkan pengetahuan peserta didik.

Kata Kunci: *Eye Make Up*, Peningkatan Pengetahuan, *Instagram Reels*, Intensitas Menonton.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan dan seni. Salah satu teknologi yang berkembang pesat di masyarakat adalah media sosial, karena telah menjadi *platform* yang sangat populer dan umum digunakan oleh berbagai kalangan (Graefen et al., 2023). Melalui jangkauan *platform* global seperti *Facebook*, X, dan TikTok yang menyentuh miliaran pengguna (Qadir et al., 2024). Penggunaan media sosial di Indonesia terus meningkat, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), data terbaru di awal 2026 mencatatkan bahwa penggunaan media sosial telah mencapai 72,9% dari total populasi, atau setara dengan 205 juta pengguna aktif. Pertumbuhan ini didukung oleh perluasan infrastruktur internet yang kini telah mencakup 82,5% penduduk.

Saat ini, media sosial telah menjadi elemen yang tidak dapat terpisahkan bagi masyarakat, terutama bagi kalangan Generasi Z. Di antara berbagai platform yang tersedia, *Instagram* (IG) muncul sebagai salah satu media sosial yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat (Cahyaningrum & Yuniana, 2024). Berdasarkan laporan dari riset internasional *We Are Social* dan *Meltwater* tahun 2026, *Instagram* mengukuhkan posisinya sebagai *platform* media sosial keempat yang paling aktif digunakan di Indonesia, tepat setelah *WhatsApp*, *YouTube*, dan *Facebook*. *Instagram* dengan fitur visualnya seperti unggahan foto dan video dalam bentuk *Stories* ataupun *Reels*, menyediakan ruang bagi penggunaannya untuk berbagi, menemukan, dan berinteraksi dengan berbagai konten visual (Agustina & Rizki, 2022).

Instagram kini tidak hanya digunakan untuk berbagai momen pribadi, tetapi kini telah berkembang menjadi strategi inovatif untuk menciptakan interaksi belajar yang lebih inspiratif sebagai media belajar. Menurut Kalukar et al., (2025), kehadiran *platform* ini mampu menghadirkan suasana belajar yang lebih relevan untuk generasi masa kini, yang memang tumbuh dan besar di lingkungan serba digital. Inovasi dalam dunia pendidikan kini hadir melalui penggunaan fitur *Instagram Reels* sebagai media pembelajaran yang interaktif (Puspita & Vivian 2024). Dalam konteks akademik, *Instagram* memiliki kelebihan dan kekurangan bagi penggunaannya. (Tantiono, 2022) menjelaskan bahwa nilai tambah *Instagram* mencakup kemudahan distribusi materi secara fleksibel, proses evaluasi yang lebih praktis, serta peluang membangun relasi melalui jangkauan globalnya tanpa biaya tambahan. Meski demikian, penggunaan media sosial ini tetap dibatasi oleh kendala teknis, khususnya kebutuhan akan kuota dan jaringan internet yang stabil agar pembelajaran tetap lancar. Selain itu, keterbukaan akses yang terlalu luas juga menjadi catatan penting dalam penggunaan media sosial ini sebagai sarana edukasi.

Sebagai media pembelajaran digital, *Instagram* memiliki daya pikat kuat bagi siswa generasi sekarang yang cenderung lebih mandiri dalam belajar (Irene et al., 2022). Menurut (Sumianto 2024), proses belajar individu sering kali terjadi melalui pengamatan terhadap figur teladan atau *influencer*. Kehadiran *influencer* di media sosial memudahkan *audiens* untuk mempelajari konten yang disuguhkan oleh para *influencer* tersebut juga sangat beragam. Berdasarkan laporan riset HypeAuditor (2023) mengenai tren *influencer* global, kategori *Lifestyle*, *Entertainment*, dan *Food & Beverage* menempati urutan teratas dalam tingkat popularitas. Namun, kategori *Beauty* (Kecantikan) secara konsisten berada dalam jajaran lima besar konten yang paling banyak diminati dan diproduksi di *Instagram*. Fenomena ini menjadikan konten *Instagram* sebagai referensi belajar baru bagi para pelajar, terutama siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yang lebih praktis dan relevan dengan kompetensi keahliannya.

Kurikulum Merdeka sudah diterapkan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sejak tahun 2021. Hal ini membawa perubahan besar pada cara guru mengajar dan mengelola kurikulum. Guru tidak lagi hanya berdiri di depan kelas sebagai satu-satunya sumber belajar, tapi harus

mampu menjadi fasilitator yang efektif bagi siswanya. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, yang mewajibkan guru menguasai empat kompetensi dasar, profesional, pedagogik, personal, dan sosial. Penguasaan kompetensi inilah yang menjadi kunci agar program Merdeka Belajar tidak sekadar menjadi kebijakan di atas kertas, melainkan benar-benar berdampak pada kualitas pembelajaran (Indra & Zahra, 2024). Kurikulum ini diharapkan dapat memberikan inovasi lebih pada dunia pendidikan, khususnya untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Dalam pendidikan vokasi kecantikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), tata rias wajah dipelajari sesuai dengan capaian pembelajarannya. Siswa diarahkan untuk mampu menggunakan riasan sebagai alat untuk mempertegas identitas visual, baik melalui penonjolan fitur wajah, penciptaan efek dramatis, maupun pembentukan karakter yang mendalam (Layli *et al.*, 2025). Salah satu elemen dalam rias wajah yang sering kali menjadi fokus utama dan paling menonjol dalam menciptakan identitas riasan tersebut, salah satunya adalah riasan area mata. Riasan mata memiliki kekuatan besar untuk mengubah ekspresi serta memperkuat karakter yang ingin ditampilkan. Untuk menghasilkan riasan mata yang sempurna, teknik dalam mengaplikasikan *eyeshadow* menjadi kunci utama. *Eyeshadow* yang cantik tidak hanya sekadar menyapukan warna, tetapi harus memperhatikan gradasi dan transisi warna yang halus agar terlihat menyatu dengan kelopak mata.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan kepada siswa SMK Negeri 27 Jakarta, kelas XI Kecantikan 2 pada bulan Juli sampai dengan November 2025 dengan total sampel 31 responden didapatkan bahwa 58,1% (18 orang) Aplikasi media social yang sering digunakan Adalah *Instagram*, sedangkan sisanya 35,5% (11 orang) menggunakan *Tiktok*, dan 6,5% (2 orang) menggunakan *YouTube*. Selanjutnya, responden sebanyak 80,6% (25 orang) antusias dengan konten *Beauty*, 12,9% (4 orang) konten *Food*, dan 6,5% (2 orang). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar siswa telah sesuai dengan peminatan terhadap *Beauty* dan menggunakan *platform Instagram* untuk mencari referensi. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “Pengaruh Intensitas Menonton *Reels Instagram* Sebagai Media Pembelajaran Terhadap peningkatan pengetahuan *Eye Make Up* Pada Siswa Kelas Xi Smk Negeri 27 Jakarta”.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana intensitas menonton video tutorial pada media *Reels Instagram* dapat mempengaruhi peningkatan pengetahuan peserta didik. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Intensitas Menonton *Reels Instagram* Sebagai Media Pembelajaran Terhadap peningkatan pengetahuan *Eye Make Up* Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 27 Jakarta”. Dengan menganalisis potensi, sekaligus hambatan yang muncul, studi ini diharapkan dapat merumuskan langkah praktis dalam memanfaatkan konten visual *Instagram*, agar siswa lebih percaya diri dan mahir melakukan praktikum rias wajah, khususnya riasan mata melalui *platform* digital *Instagram* bagi siswa di lingkungan pendidikan tata kecantikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional (*correlational research*) dan metode *ex-post facto* untuk menganalisis pengaruh intensitas menonton *Instagram Reels* terhadap peningkatan pengetahuan peserta didik pada materi *eye make-up*. Desain ini dipilih karena penelitian mengkaji hubungan antarvariabel berdasarkan kondisi yang telah terjadi tanpa memberikan perlakuan terhadap subjek penelitian. Penelitian dilaksanakan di SMK Negeri 27 Jakarta, Kecamatan Sawah Besar, Jakarta Pusat, pada kelas XI Tata Kecantikan tahun ajaran 2025/2026 selama periode Mei–Juli 2026. Populasi penelitian terdiri atas seluruh peserta didik kelas XI Tata Kecantikan sebanyak 34 orang. Karena jumlah populasi relatif kecil, teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2013).

Pengumpulan data dilakukan melalui angket intensitas menonton *Instagram Reels* dan tes pengetahuan materi *eye make-up*. Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan pengukuran. Prosedur penelitian meliputi penyusunan instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis statistik. Data dianalisis

menggunakan statistik deskriptif serta regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji prasyarat analisis berupa uji normalitas dan linearitas. Hasil analisis regresi digunakan untuk mengetahui arah hubungan dan besarnya pengaruh intensitas menonton *Instagram Reels* terhadap peningkatan pengetahuan peserta didik pada pembelajaran *eye make-up*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

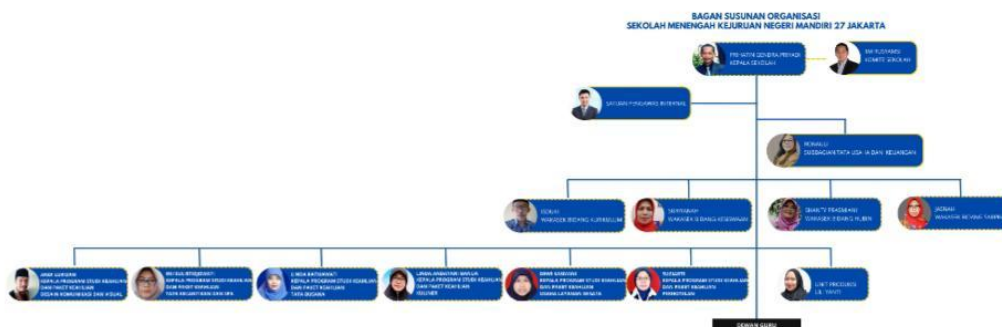
Hasil Penelitian

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 27 Jakarta yang berlokasi di Jl. Budi Utomo No. 7, Pasar Baru, Kecamatan Sawah Besar, Kota Administrasi Jakarta Pusat, Daerah Khusus Jakarta. SMK Negeri 27 Jakarta merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) negeri yang menyelenggarakan pendidikan vokasi di bidang pariwisata, seni, dan ekonomi kreatif. Sekolah ini berkomitmen menghasilkan lulusan yang kompeten, berkarakter, serta mampu bersaing di dunia usaha, dunia industri, maupun melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. SMK Negeri 27 Jakarta memiliki visi, yaitu “Menjadikan lembaga pendidikan yang unggul di bidang pariwisata, seni dan ekonomi kreatif berbasis Profil Pancasila dan berbudaya lingkungan.” Untuk mewujudkan visi tersebut, sekolah menyelenggarakan proses pembelajaran yang aktif, kreatif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan dunia kerja, serta terus meningkatkan kompetensi peserta didik sesuai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Salah satu program keahlian yang dimiliki SMK Negeri 27 Jakarta adalah Program Keahlian Tata Kecantikan. Program keahlian ini bertujuan membekali peserta didik dengan pengetahuan, sikap, dan keterampilan di bidang tata kecantikan melalui pembelajaran teori dan praktik. Salah satu materi yang dipelajari adalah *eye make up*, yang menekankan kemampuan peserta didik dalam memahami konsep serta menguasai teknik rias mata sesuai dengan kompetensi yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas XI Program Keahlian Tata Kecantikan SMK Negeri 27 Jakarta. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaian antara materi pembelajaran dengan variabel penelitian, yaitu intensitas menonton Reels Instagram sebagai media pembelajaran terhadap peningkatan pengetahuan *eye make up*. Selain itu, siswa kelas XI telah memperoleh materi tersebut sehingga dianggap sesuai sebagai responden penelitian.

Struktur organisasi SMK Negeri 27 Jakarta disusun untuk mendukung pelaksanaan kegiatan pendidikan agar berjalan secara efektif dan efisien. Organisasi sekolah dipimpin oleh Kepala Sekolah yang bertanggung jawab atas seluruh penyelenggaraan pendidikan. Dalam menjalankan tugasnya, Kepala Sekolah dibantu oleh Wakil Kepala Sekolah yang membidangi kurikulum, kesiswaan, sarana dan prasarana, serta hubungan masyarakat. Selain itu, terdapat ketua program keahlian, guru, wali kelas, tenaga administrasi, dan tenaga kependidikan lainnya yang memiliki tugas sesuai dengan bidangnya masing-masing. Keberadaan struktur organisasi tersebut mendukung terlaksananya proses pembelajaran secara terarah, termasuk pada Program Keahlian Tata Kecantikan yang menjadi lokasi penelitian. Adapun struktur organisasi SMK Negeri 27 Jakarta dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Organisasi SMK Negeri 27 Jakarta

Sumber: Arsip data Sekolah, 2026

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI Program Keahlian Tata Kecantikan (XI KCS 2) SMK Negeri 27 Jakarta yang berjumlah 34 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Karakteristik responden berdasarkan kelas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas

Kelas	Jumlah Responden	Persentase
XI KCS 2	34	100%
Total	34	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa seluruh responden penelitian berasal dari kelas XI KCS 2 Program Keahlian Tata Kecantikan SMK Negeri 27 Jakarta dengan jumlah 34 orang atau sebesar 100%. Seluruh responden telah memperoleh materi eye make up, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian mengenai pengaruh intensitas menonton Reels Instagram sebagai media pembelajaran terhadap peningkatan pengetahuan eye make up.

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual pada model regresi memenuhi asumsi distribusi normal. Pengujian ini merupakan salah satu uji prasyarat yang harus dipenuhi sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan program SPSS versi 26. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka residual dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05, maka residual dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	12.20286776
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.148
	Negative	-.084
Test Statistic		.148
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.056
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.057
	99% Confidence Interval	.051
	Lower Bound	
	Upper Bound	.063

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa hasil uji Kolmogorov-Smirnov memperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,056. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (0,056 > 0,05). Selain itu, hasil Monte Carlo Sig. juga menunjukkan nilai 0,057, yang juga lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, salah satu asumsi dalam analisis regresi linear sederhana telah terpenuhi sehingga data layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser dengan bantuan program SPSS versi 26. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.017	14.642		.343	.734	~24.809	34.843		
X	.042	.139	.053	.301	.765	-.241	.325	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa variabel Intensitas Menonton Reels Instagram (X) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,765, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,765 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual (ABS_RES). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Artinya, varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga model regresi memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis regresi linear sederhana.

Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas, yaitu Intensitas Menonton Reels Instagram (X), dengan variabel terikat, yaitu Peningkatan Pengetahuan Eye Make Up (Y). Pengujian dilakukan menggunakan Test for Linearity dengan bantuan program SPSS versi 26. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi pada Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara kedua variabel dinyatakan linear. Hasil uji linearitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas
ANOVA

Y		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Between Groups	(Combined)	3953.863	22	179.721	2.059	.108	
	Linear Term	Weighted	.000	1	.000	.000	1.000
		Deviation	3953.863	21	188.279	2.157	.095
Within Groups			960.167	11	87.288		
Total			4914.029	33			

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,095. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,095 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linear antara variabel Intensitas

Menonton Reels Instagram (X) dengan Peningkatan Pengetahuan Eye Make Up (Y). Dengan demikian, hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini bersifat linear, sehingga asumsi linearitas telah terpenuhi dan model regresi linear sederhana layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan dan besarnya pengaruh variabel Intensitas Menonton Reels Instagram (X) terhadap Hasil Belajar Eye Make Up (Y). Hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh dengan bantuan program SPSS versi 26 dan disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29.175	3.367		8.665	<,001
X	.102	.032	.493	3.202	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 29,175 + 0,102X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 29,175 mengandung arti bahwa apabila variabel Intensitas Menonton Reels Instagram (X) bernilai 0, maka nilai Hasil Belajar Eye Make Up (Y) diperkirakan sebesar 29,175. Koefisien regresi variabel Intensitas Menonton Reels Instagram (X) sebesar 0,102 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Intensitas Menonton Reels Instagram akan meningkatkan Hasil Belajar Eye Make Up sebesar 0,102 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif, yaitu semakin tinggi Intensitas Menonton Reels Instagram, maka semakin tinggi pula Hasil Belajar Eye Make Up.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas, yaitu Intensitas Menonton Reels Instagram (X), berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Peningkatan pengetahuan Eye Make Up (Y). Pengujian dilakukan menggunakan uji t (parsial) pada analisis regresi linear sederhana dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil uji t disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1 (Constant)	84.235	16.862		4.996	<,001	49.888	118.581		
X	.570	.160	-.534	-3.570	.001	-.895	-.245	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,570 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Intensitas Menonton Reels Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pengetahuan Eye Make Up pada siswa kelas XI SMK Negeri 27 Jakarta. Selain itu, nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,570 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Artinya, setiap peningkatan 1 satuan pada variabel Intensitas Menonton Reels Instagram akan meningkatkan Peningkatan Pengetahuan Eye Make Up sebesar 0,570 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dengan demikian, hipotesis penelitian (H_1) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Intensitas Menonton Reels Instagram terhadap Peningkatan Pengetahuan Eye Make Up pada siswa kelas XI SMK Negeri 27 Jakarta dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas siswa dalam menonton konten Reels Instagram yang digunakan sebagai media pembelajaran, maka semakin tinggi pula peningkatan pengetahuan siswa mengenai eye make up.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas, yaitu Intensitas Menonton Reels Instagram (X), terhadap variabel terikat, yaitu peningkatan pengetahuan Eye Make Up (Y). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada output Model Summary hasil analisis regresi linear sederhana. Hasil koefisien determinasi disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 ^a	.285	.262	10.480

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,285. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Intensitas Menonton Reels Instagram memberikan kontribusi sebesar 28,5% terhadap Peningkatan Pengetahuan Eye Make Up. Sementara itu, 71,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Intensitas Menonton Reels Instagram memiliki kontribusi terhadap Peningkatan Pengetahuan Eye Make Up, meskipun masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi peningkatan pengetahuan peserta didik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,570 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,285 menunjukkan bahwa Intensitas Menonton Reels Instagram memberikan kontribusi sebesar 28,5% terhadap peningkatan pengetahuan eye make up, sedangkan 71,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton Reels Instagram terhadap peningkatan pengetahuan eye make up pada siswa kelas XI Tata Kecantikan SMK Negeri 27 Jakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Belajar Sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura (1977), yang menyatakan bahwa individu dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan melalui proses mengamati (observational learning). Dalam pembelajaran menggunakan Reels Instagram, peserta didik memperoleh informasi melalui video tutorial yang menampilkan langkah-langkah merias mata secara visual. Melalui tahapan perhatian (attention), penyimpanan informasi (retention), reproduksi (reproduction), dan motivasi (motivation), peserta didik dapat memahami materi yang disampaikan dan menerapkannya pada saat praktik eye make

up. Dengan demikian, semakin baik pemanfaatan Reels Instagram sebagai media pembelajaran, maka semakin baik pula peningkatan pengetahuan yang diperoleh peserta didik.

Temuan penelitian ini juga mendukung teori Benjamin S. Bloom (1956) mengenai ranah kognitif. Dalam penelitian ini, peningkatan pengetahuan tercermin dari kemampuan peserta didik dalam memahami pengertian eye make up, mengenali jenis-jenis eye make up, memahami alat dan bahan yang digunakan, serta menentukan desain eye make up yang sesuai. Penyajian materi melalui video Reels Instagram yang singkat, menarik, dan mudah dipahami membantu peserta didik memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap materi pembelajaran. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori mengenai intensitas penggunaan media sosial yang dikemukakan oleh Del Bario dalam Permatasari *et al.* (2023). Intensitas penggunaan media sosial diukur melalui empat aspek, yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Peserta didik yang memiliki perhatian tinggi terhadap konten pembelajaran, memahami isi video yang ditonton, serta memiliki durasi dan frekuensi menonton yang baik akan memperoleh kesempatan lebih besar untuk memahami materi eye make up. Dengan demikian, intensitas menonton Reels Instagram sebagai media pembelajaran dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan pengetahuan peserta didik.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu. Penelitian Karomatuzzahra (2024) menyatakan bahwa intensitas penggunaan Instagram diukur melalui aspek frekuensi, durasi, waktu pelaksanaan, dan kedalaman aktivitas pengguna. Meskipun penelitian tersebut mengkaji interaksi sosial, hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin besar pengaruh yang ditimbulkan terhadap variabel yang diteliti. Demikian pula penelitian Ekama (2024) yang menyatakan bahwa intensitas merupakan kekuatan yang dapat memengaruhi perilaku seseorang. Dalam penelitian ini, pengaruh tersebut terlihat pada peningkatan pengetahuan peserta didik setelah memanfaatkan Reels Instagram sebagai media pembelajaran.

Selain itu, penelitian Hafid (2025) juga menjelaskan bahwa intensitas merupakan aktivitas yang dilakukan secara berulang-ulang sehingga dapat memengaruhi perilaku individu. Dalam konteks penelitian ini, pengulangan peserta didik dalam menonton video tutorial eye make up memungkinkan mereka lebih mudah memahami materi, mengingat langkah-langkah praktik, serta meningkatkan kemampuan dalam menguasai materi pembelajaran. Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi sebesar 28,5% menunjukkan bahwa pengaruh intensitas menonton Reels Instagram terhadap peningkatan pengetahuan masih berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan peserta didik tidak hanya dipengaruhi oleh intensitas menonton Reels Instagram, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti motivasi belajar, metode mengajar guru, kemampuan awal peserta didik, lingkungan belajar, serta pengalaman praktik yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Intensitas Menonton Reels Instagram sebagai media pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengetahuan eye make up pada siswa kelas XI Tata Kecantikan SMK Negeri 27 Jakarta. Semakin tinggi intensitas peserta didik dalam menonton konten Reels Instagram yang berisi materi pembelajaran eye make up, maka semakin tinggi pula peningkatan pengetahuan yang diperoleh peserta didik. Hasil penelitian ini memperkuat bahwa Reels Instagram dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media pembelajaran yang efektif dalam mendukung proses pembelajaran pada bidang tata kecantikan, khususnya materi eye make up.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh intensitas menonton Reels Instagram terhadap peningkatan pengetahuan eye make up pada siswa kelas XI Tata Kecantikan SMK Negeri 27 Jakarta, dapat disimpulkan bahwa intensitas menonton Reels Instagram sebagai media pembelajaran berada pada kategori yang baik. Intensitas tersebut diukur berdasarkan aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi, yang menunjukkan bahwa siswa cukup aktif memanfaatkan Reels Instagram untuk memperoleh informasi dan materi pembelajaran mengenai eye make up. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Intensitas Menonton Reels Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengetahuan eye make up pada siswa

kelas XI Tata Kecantikan SMK Negeri 27 Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung sebesar 3,570 dengan nilai signifikansi 0,001, sehingga lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,285, yang berarti bahwa intensitas menonton Reels Instagram memberikan kontribusi sebesar 28,5% terhadap peningkatan pengetahuan eye make up, sedangkan 71,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, penggunaan Reels Instagram sebagai media pembelajaran dapat menjadi salah satu alternatif yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan siswa pada materi eye make up.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada rekan-rekan sejawat yang telah memberikan saran, dukungan, dan inspirasi selama proses penelitian. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua partisipan dan responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Tak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada lembaga atau institusi yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam menjalankan penelitian ini. Semua kontribusi dan bantuan yang diberikan sangat berarti bagi kelancaran dan kesuksesan penelitian ini. Terima kasih atas segala kerja keras dan kolaborasi yang telah terjalin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, G., Apriyanto, A., Patahuddin, A., Janah, R., Dia, E. E., Retnoningsih, R., ... & Setyaningrum, V. (2024). *Buku ajar evaluasi pembelajaran*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Adi, N. H., Riyanda, A. R., Nadia, H., Maulana, F., Ambiyar, A., Verawardina, U., & Lapis, R. (2023). *Model pembelajaran kejuruan*.
- Agustina, R. (2022). *Implementasi pemanfaatan media sosial Instagram untuk meningkatkan prestasi belajar siswa kelas IX pada mata pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMPN 54 Palembang* (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Azwar, S. (2010). *Metode penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Ba, A., & Khudriyah, K. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 2 Mojowarno (*Doctoral dissertation, STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang*).
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. *David McKay Company*.
- Cahyaningrum, Y., et al. (2024). Analisis penggunaan media sosial Instagram sebagai media pembelajaran pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi. *Jurnal Jimmy (Jurnal Informatika Mahaputra Muhammad Yamin)*, 2(2).
- Graefen, B., & Fazal, N. (2023). Revolutionizing education through Instagram in the post-COVID era. *European Journal of Education Studies*.
- Hrp, N. A., Masruro, Z., Saragih, S. Z., Hasibuan, R., Simamora, S. S., & Toni, T. (2022). *Buku ajar belajar dan pembelajaran*.
- Indra, Z. N., et al. (2024). Pengembangan media pembelajaran e-learning berbasis blog pada materi hand spa treatment tata kecantikan kulit dan rambut SMK PGRI Wlingi. *Jurnal Tata Rias*, 13(2).
- Juliandi, A. (2013). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk ilmu-ilmu bisnis*. M2000.
- Kapitan, S. F., & Aseng, A. C. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan belajar ekonomi. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(2), 891–902.
- Nuzuliya, F. (2024). Tingkatkan kemampuan berpikir kritis dan hasil belajar biologi dengan kombinasi model inkuiri terbimbing dan numbered heads together. *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(2), 109–124.
- Parwati, N. N., Suryawan, I. P. P., & Apsari, R. A. (2023). *Belajar dan pembelajaran*. PT Rajagrafindo Persada.

- Permatasari, A. D., Suwarni, A., & Sutrisno, S. (2023). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan kualitas tidur pada remaja di SMPN 1 Juwiring (*Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta*).
- Puspita, V., et al. (2024). Implementasi media pembelajaran video tutorial (Instagram Reels) pada pemangkasan solid terhadap hasil belajar siswa SMKN 1 Sooko Mojokerto. *Jurnal Tata Rias*, 13(2).
- Putra, R. P. (2024). Objek evaluasi hasil belajar pendidikan agama Islam: Analisis taksonomi Bloom (kognitif, afektif, psikomotorik). *Edu Global: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1), 18–26.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (Definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6).
- Rahmadani, A., Harahap, F. K. S., Ulkaira, N., Azhari, Y., & Hasibuan, S. (2024). Efektivitas penggunaan strategi pembelajaran dalam meningkatkan hasil belajar siswa di SD Negeri 060822 Medan. *Pendekar: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 54–71
- Rizqi, M., Khotimah, H., Sofirin, A., & Suriansyah, A. (2025). Analisis hubungan antara motivasi intrinsik dan prestasi belajar siswa sekolah dasar. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 278–289.
- Sugiyono. (2004). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan* (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (Mixed methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wahdaniyati, M., Astuti, E. P., Dwiyantri, M. P., & Gunawan, G. (2025). Analysis of the impact of social media usage on the effectiveness of university students' study time. *Indonesian Journal of Teacher Education*, 6(2), 133–142.
- Yandi, A., Putri, A. N. K., & Putri, Y. S. K. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar peserta didik (Literature review). *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 1(1), 13–24.