

Pengaruh Konten Instagram Dan Kredibilitas *Beauty Influencer* Nanda Arsyinta Terhadap Gaya Hidup Remaja

Intan Putri Titania¹, Ratih Hasanah Sudradjat²

^{1,2}Universitas Telkom, Jakarta, Indonesia

*intanputrit@student.telkomuniversity.ac.id

Abstract

Researchers identified the problem in this research, namely how much influence Instagram content and the credibility of beauty influencer Nanda Arsyinta have on teenagers' lifestyles. The aim of this research is to explain how much influence Instagram content and the credibility of beauty influencer Nanda Arsyinta have on teenagers' lifestyles. Whether Instagram content and credibility are high or low will make followers trust him and follow his lifestyle. Therefore, Instagram content and Nanda Arsyinta's credibility as a beauty influencer are very interesting to research, whether there is an influence on teenagers' lifestyles or not. This research method is quantitative research with descriptive research type. In this research, researchers used non-probability sampling techniques, with a total of 400 teenagers aged 10-28 years. Based on the results of simultaneous hypothesis testing (*f* test) it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted, because $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$, it can be concluded that there is a significant influence of Instagram content and the credibility of beauty influencer Nanda Arsyinta on teenage lifestyles.

Keywords: Instagram Content, Beauty Influencer and Lifestyle

Abstrak

Peneliti mengidentifikasi masalah pada penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh konten instagram dan kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja. Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh konten instagram dan kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja. Apakah jika konten instagram dan kredibilitasnya tinggi atau rendah akan membuat *followers* percaya padanya dan mengikuti gaya hidupnya. Oleh karena itu, konten instagram dan kredibilitas Nanda Arsyinta sebagai *beauty influencer* sangat menarik untuk diteliti, adakah pengaruhnya terhadap gaya hidup remaja atau tidak. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Non-probability Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 400 remaja berumur 10-28 tahun. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (uji *f*) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh signifikan dari konten Instagram dan kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja.

Kata Kunci: Konten Instagram; *Beauty Influencer*; Gaya Hidup

PENDAHULUAN

Saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa kehidupan manusia sangat erat kaitannya dengan media sosial. Media sosial telah menjadi metode interaksi baru baik dalam ruang *virtual* maupun dalam kehidupan nyata, Nasrullah dalam (Andary & Khairullah, 2015). Semua pengguna media sosial menjadi cendu dengan berbagai hal yang menarik (Khoiriyyah Nissa et al.,

2022). Akibatnya, beberapa pengguna tergiur dengan apa yang dipaparkan di media sosial dan menjadikannya sebagai pemicu transformasi gaya hidup, terutama di kalangan remaja. Hampir seluruh remaja di Indonesia menggunakan media sosial, mereka memiliki alasan untuk menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memberikan kesenangan setelah melakukan berbagai tugas Pendidikan,

menurut Murjani, 2021 dalam (Khoiriyyah Nissa et al., 2022).

Media sosial pada setiap tahunnya selalu berkembang dan semakin banyak macamnya, dari media sosial yang terbesar hingga yang paling sering digunakan oleh remaja, seperti Instagram, Tiktok, Twitter, Whatsapp, LINE, YouTube, Facebook dan lain sebagainya. Dari masing-masing sosial media tersebut memiliki manfaat tersendiri untuk menarik remaja sebagai generasi Y dan Z yang merupakan generasi *milenial* dan *digital native*. Media sosial yang berkembang saat ini juga memberikan banyak dampak positif dan negatif. Instagram merupakan salah satu situs media sosial yang saat ini sangat popular di kalangan remaja, hal ini adalah alasan mengapa media sosial tersebut mendapatkan popularitas yang luar biasa, menurut (Monanda, 2017). Remaja saat ini menghabiskan berjam-jam untuk mengikuti *tren fashion* terbaru, mengunjungi tempat terbaru, dan lainnya. Remaja tersebut terperangkap dalam dunia maya sehingga tidak menyadari efek buruk yang dipengaruhi oleh pergaulan dan kehidupan sosialnya menurut (Monanda, 2017). Seperti yang diketahui, kemajuan teknologi pasti memiliki efek negatif, terutama Instagram, yang sangat disukai oleh remaja saat ini menurut Bambang 2012:5 dalam (Monanda, 2017).

Dengan perkembangan instagram saat ini mempunyai istilah “*influencer*”, *influencer* adalah orang yang memiliki banyak pengikut atau *followers* dan memiliki pengaruh besar pada pengikut dan penontonnya (Ramadhani & Hadi, 2023). Remaja menyukai berbagai kategori yang dibahas oleh para *influencer* (Ramadhani & Hadi, 2023), beberapa kategori tersebut ialah *beauty*, *fashion*, dan *traveling*. Setelah peneliti melakukan *research* di Instagram, peneliti menemukan *beauty influencer* yang menarik perhatian *viewers* melalui konten yang mereka unggah, Nanda Arsyinta termasuk dalam kategori tersebut. Konten yang dibuat oleh Nanda Arsyinta yang menggambarkan seorang *beauty*

influencer dengan wajah yang cantik dan menarik banyak disukai oleh pengguna sosial media, hal tersebut dibuktikan dengan *followers* Instagram milik Nanda yaitu pada akun @nandaarsynt dengan *followers* sebanyak 3,2M serta 4,2M penayangan pada salah satu konten yang diunggahnya pada *reels* Instagramnya.

Dari beberapa konten yang diunggah pada akun Instagramnya, konten yang diunggah oleh Nanda Arsyinta bukan hanya konten mengenai kecantikan saja, tetapi juga konten lainnya seperti *traveling*. Tidak hanya menceritakan kisah perjalannya, tetapi juga memberikan saran untuk bepergian, konten *traveling* Nanda selalu menarik karena penampilannya yang ceria. Konten lainnya yang diunggah oleh Nanda juga mengenai keluarga, Nanda sering mengajak anggota keluarganya untuk tampil dalam konten yang di buatnya. Pada awalnya, Nanda bahkan sering mengajak adiknya untuk membuat konten, terutama konten *challenge makeup*. Selain *makeup* yang segar, Nanda Arsyinta memiliki gaya *fashion* yang *colorful* dan menggemaskan. Nanda selalu terlihat mengenakan pakaian yang indah yang cocok dengan tubuhnya yang mungil. Bahkan Nanda Arsyinta dinominasikan sebagai Top 10 dengan peringkat ke tiga sebagai *beauty influencer* di Indonesia yang akan memiliki karir luar biasa di tahun 2023, dikutip dari artikel Popstar (Della, 2023).

Dengan banyaknya *followers*, mempunyai paras yang cantik mendapatkan nominasi sebagai *beauty influencer* terbaik (Della, 2023), Nanda Arsyinta mungkin dapat menarik *followers*nya untuk membeli produk yang ia rekomendasikan dalam konten-kontennya (Paramitha et al., 2018). Namun demikian, untuk pesan persuasi yang ia sampaikan menjadi efektif Nanda harus memiliki kredibilitas yang tinggi kepada pengikutnya. Diambil dari artikel liputan6.com, kredibilitas adalah kualitas, kemampuan, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan. Oleh karena itu, seseorang yang dianggap benar terhadap suatu hal yang diperdebatkan

dianggap memiliki kredibilitas (Abdi, 2021). Menurut Perloff, 2010 dalam (Paramitha et al., 2018) jika pesan atau informasi disampaikan oleh *influencer* yang ahli, dapat dipercaya, dan menarik, pesan atau informasi tersebut akan lebih kredibel. Diambil dari artikel idntimes, bahwa Nanda Arsyinta tidak sembarangan menerima barang *endorsement*. Nanda mengaku pernah menolak *endorse* dari suatu *brand skincare* karena *skincare* tersebut membuat wajah Nanda menjadi beruntusan, oleh sebab itu dana yang telah Nanda peroleh langsung dikembalikan kepada pihak yang bersangkutan (Hasna, 2023).

Selain barang hasil *endorsement*, Nanda juga memberi tahu produk kecantikan apa saja yang ia pakai agar bisa *glow up*. Hingga saat ini konten Nanda Arsyinta memiliki pengaruh besar bagi khalayak terutama remaja, karena selain membuat konten kecantikan, Nanda juga sering mengunggah konten *travelling* dan *fashion*. Hal ini dapat memicu perilaku gaya hidup konsumtif di kalangan remaja karena pengaruh *beauty influencer* yang merekomendasikan berbagai jenis *brand skincare*, *makeup*, tempat *travelling* dan *fashion* untuk memenuhi kebutuhannya sesaat dikarenakan ketertarikan mereka setelah melihat *review* dari *beauty influencer* tersebut.

Remaja biasanya menghabiskan waktunya untuk bermain di platform media sosial seperti Instagram, melihat *tren fashion* terbaru, tempat nongkrong favorit, dan lainnya. Salah satunya cara remaja mengakses hal-hal tersebut ialah menggunakan sosial media termasuk Instagram (Ramadhani & Hadi, 2023). Sifat manusia cenderung selalu mencari hal-hal baru terutama dalam hal mencari informasi yang diproses melalui teknologi saat ini yaitu media social (Ramadhani & Hadi, 2023). Melihat gaya hidup yang ditampilkan oleh Nanda Arsyinta pada akun Instagramnya @nandaarsynt yang selalu memposting semua barang mewah yang dimilikinya memberikan kesan gaya

hidup konsumtif, yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian khusus pada *followers* @nandaarsynt. Penelitian ini dilakukan karena jika *followers* Nanda Arsyinta tidak memiliki kekuatan untuk mengontrol diri mereka sendiri, mereka tentu akan terpengaruh dengan apa yang dilakukan Nanda, sehingga menimbulkan gaya hidup konsumtif dalam diri mereka.

Apa yang dikenakan oleh seorang idola para remaja, lebih penting untuk ditiru daripada kerja keras yang dilakukan idolanya untuk menjadi terkenal. Karena Nanda hanyalah "orang biasa" dan bukan pakar kecantikan, *followers* Nanda khususnya remaja yang mengikutinya di sosial media, menjadi terlalu percaya pada rekomendasi produk yang dia berikan (Paramitha et al., 2018). Setelah menjelaskan latar belakang masalah, peneliti kemudian mengidentifikasi masalah yang akan dibahas, yaitu seberapa besar pengaruh konten Instagram dan kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja.

Ada tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh konten Instagram dan kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja. Teori *uses and gratification* digunakan oleh peneliti sebagai kajian teori karena memiliki hubungan atau korelasi dengan penelitian ini. Selain itu, teori ini berfungsi sebagai batasan dan penguatan dari landasan penelitian. Oleh karena itu konten Instagram dan kredibilitas Nanda Arsyinta sebagai *beauty influencer* sangat menarik untuk diteliti, untuk mengetahui adakah pengaruhnya terhadap gaya hidup remaja atau tidak. Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **Pengaruh Konten Instagram dan Kredibilitas *Beauty Influencer* Nanda Arsyinta Terhadap Gaya Hidup Remaja**.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Artikel

umsu.ac.id yang ditulis oleh Fai, 2022, metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan banyak angka, mulai dari pengumpulan data hingga penafsirannya. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan data, tetapi tidak dapat membuat kesimpulan lebih luas (Sugiyono, 2017: 147). Jadi, penelitian deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya dan didukung oleh data yang berupa angka yang berasal dari situasi sebenarnya. Selanjutnya, peneliti akan menganalisis data yang telah mereka peroleh dengan cara kuantitatif, menggunakan statistik deskriptif, untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dibuat dan dirumuskan benar atau tidak (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, konten instagram adalah variabel X1, kredibilitas *beauty influencer* adalah variabel X2 yang dikenal sebagai variabel bebas atau variabel independen dan gaya hidup adalah variabel Y yang dikenal sebagai variabel terikat atau variabel dependen. Faktor dari variabel X yang berdampak pada variabel Y yang akan dibahas dalam judul peneliti yaitu “Pengaruh Konten dan Kredibilitas *Beauty Influencer* Nanda Arsyinta Terhadap Gaya Hidup Remaja”. Klasifikasi penelitian pada penelitian ini ialah remaja yang berusia 10-28 tahun yang belum menikah dan mengetahui dan mengikuti akun instagram

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

@nandaarsynt.

Peneliti membuat operasional untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teori-teori dan kerangka pemikiran yang dibahas pada bab Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dianggap sebagai variabel multidimensi karena mereka memiliki dimensi yang terkandung dalamnya. Variabel yang digunakan adalah konten sebagai X1, kredibilitas *beauty influencer* sebagai X2 dan gaya hidup sebagai variabel Y.

Dalam penelitian ini, skala likert digunakan oleh peneliti untuk mengukur

sikap, pandangan, tanggapan, dan pemikiran responden tentang masalah yang dibahas oleh peneliti. Skala likert membantu menguraikan pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang akan dibagikan oleh peneliti, sehingga nantinya akan menghasilkan data akurat dan teruji yang digunakan sebagai dasar pengukuran (Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan skala likert dengan empat pertanyaan untuk setiap dimensi indikator pertanyaan. alasan di balik keputusan peneliti untuk menggunakan skala likert ini adalah untuk menghindari jawaban netral serta jawaban yang ragu-ragu.

Populasi pada penelitian ini adalah remaja yang mengetahui dan mengikuti instagram @nandaarsynt. Menyebarluaskan kuesioner secara *online* melalui *Google Form* dan disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, dan Line untuk mendapatkan populasi ini. peneliti menggunakan teknik *Non-probability Sampling* yang dimana proses pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk setiap sampel yang diambil dari populasi. Dengan demikian, responden yang memenuhi syarat sebagai *followers* akun instagram @nandaarsynt dapat mengisi kuesioner penelitian ini. Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena populasi tidak dapat diketahui secara pasti. Berikut rumus Lemeshow:

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai tabel normal (nilai standar = 1,96)

P = Persentase tertentu dari populasi yang nilai pastinya tidak diketahui (maksimal estimasi = 50% = 0,05)

d = Tingkat kesalahan = alpha (0,05) atau 5%

Rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan estimasi maksimal 50% dan tingkat kesalahan yang diambil peneliti yaitu 5%, didapatkan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

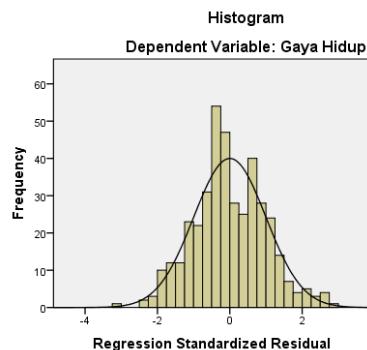
$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 3,841,6$$

Sesuai dengan hasil perhitungan di atas, menggunakan rumus Lameshow, didapatkan hasil 3.841,6. Lalu, peneliti bulatkan hasil sampel menjadi 400 responden.

Peneliti menggunakan data primer dan data sekunder untuk melakukan penelitian.



Data primer pada penelitian ini ialah mahasiswa aktif yang mengikuti dan mengetahui *beauty influencer* Nanda Arsyinta. Peneliti memilih media sosial sebagai alat untuk menyebarkan kuesioner. Data sekunder yang dipakai pada penelitian ini peneliti menggunakan jurnal, buku, artikel *online*, buku pedoman, dan referensi lainnya.

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini menggunakan Teknik analisis deskriptif, MSI atau *metode of successive*, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

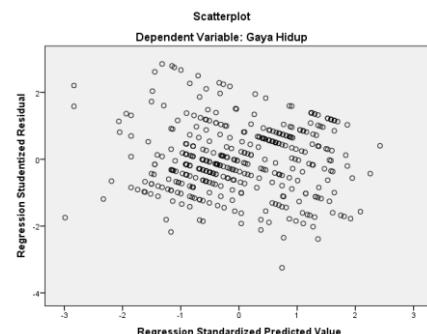
HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti akan menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan analisis deskriptif. Tujuan analisis deskriptif adalah untuk menguji menggunakan satu sampel untuk menggeneralisasi temuan penelitian. Penelitian ini mengumpulkan data mengenai persepsi 400 responden tentang seberapa besar konten Instagram (variabel X1) dan kredibilitas *beauty influencer* (variabel X2) Nanda

Arsyinta mempengaruhi gaya hidup (variabel Y) remaja.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-smirnov (K-S) dengan pengujian akurat menghasilkan hasil signifikansi sebesar 0,062. Hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,062 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa

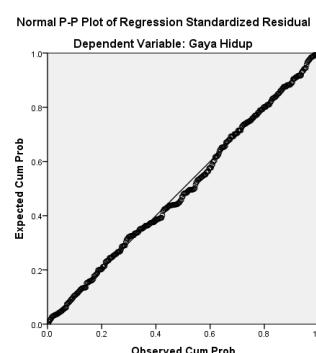


nilai residual berdistribusi normal uji normalitas.

Gambar 1. Histogram

(Sumber: Olahan Peneliti 2024)

Dengan pola lonceng yang lurus, tidak miring ke kanan atau ke kiri, grafik histogram di atas menunjukkan distribusi normal.



Gambar 2. Grafik Normal P-Plot of Regression Standardized Residual

(Sumber: Olahan Peneliti 2024)

Gambar 2 menunjukkan bahwa distribusi penelitian ini dikatakan normal, karena data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, yang menunjukkan bahwa distribusi normal.

Uji Heterokedasitas

Gambar 3. Uji Heteroskedasitas

Dalam grafik ini, titik harus tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu

Y, dan tidak boleh terbentuk pola. Kriteria ini harus dipenuhi saat membuat keputusan. Gambar tersebut menunjukkan bahwa scatterplot atau diagram pancar tidak membentuk pola dan bahwa titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0, hal ini menunjukkan bahwa regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Kedua variabel independen (X1 dan X2) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) 1.009, yang berarti $1.009 < 10$, dan nilai tolerabilitas 0,991, yang berarti $0,991 > 0,1$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah dengan multikolinearitas dan tidak ada korelasi antara kedua variabel bebas.

Analisis Regresi Berganda

Hasil perhitungan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Rumus persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 \\ Y = 10,313 + 0,105X1 + 0,443X2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (gaya hidup)

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien variabel regresi bebas

X1 = Variabel independen (konten instagram)

X2 = Variabel independen (kredibilitas *beauty influencer*)

Dari persamaan regresi diatas maka, kesimpulan yang didapatkan ialah, nilai konstanta sebesar 10,313, maka dapat disimpulkan bahwa konten instagram dan kredibilitas *beauty influencer* memiliki hubungan erat dengan gaya hidup remaja. Selain itu, nilai konstanta menunjukkan bahwa variabel gaya hidup bernilai 10,313 jika tidak dipengaruhi oleh variabel X1 (konten instagram) dan X2 (kredibilitas *beauty influencer*). Nilai koefisien regresi pada variabel X1 (konten Instagram) ialah 0,105 yang berarti variabel X1 (konten Instagram) berhubungan searah dengan variabel Y (gaya hidup). Sehingga jika konten Instagram naik satu maka variabel

gaya hidup akan meningkat sebesar 0,105. Pada variabel X2 (kredibilitas *beauty influencer*), nilai koefisien regresinya ialah 0,443 yang berarti variabel X2 (kredibilitas *beauty influencer*) berhubungan searah dengan variabel Y (gaya hidup). Sehingga jika kredibilitas *beauty influencer* naik satu maka variabel gaya hidup akan meningkat sebesar 0,443.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Untuk menentukan t_{tabel} diperlukan derajat bebas yang didapatkan dari rumus:

derajat kebebasan (df) = (n – k) dan tingkat ketelitian (α) = 5%

n = jumlah sampel, n = 400

k = jumlah variabel yang digunakan,

k = 3

$$\text{maka } df = n - k \\ = 400 - 3 = 397$$

Karena df bernilai 397, hasil perhitungan t_{tabel} adalah 1,960.

Hasil uji t dijabarkan pada variabel X1 (Konten Instagram), hasil uji menunjukkan nilai t_{hitung} $3,517 > 1,960$, dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Jadi, ada pengaruh konten Instagram terhadap gaya hidup remaja secara parsial dan signifikan.

Pada variabel X2 (Kredibilitas *Beauty Influencer*), hasil uji menunjukkan nilai t_{hitung} $10,470 > 1,960$, dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Jadi, ada pengaruh kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja secara parsial dan signifikan.

Uji f (Simultan)

Diketahui jumlah sampel penelitian ini (n) adalah 400 dan jumlah seluruh variabel (k) adalah 3, sehingga:

Tingkat ketelitian (α) = 5%

$$\begin{aligned} df \text{ (pembilang)} &= k - 1 \\ &= 3 - 1 \\ &= 2 \end{aligned}$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k$$

$$= 400 - 3 = 397$$

$$\text{Maka, } F_{tabel} = 3,01$$

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $65,061 > 3,01$, dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh signifikan dari konten Instagram dan kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja.

Uji Koefisien Determinasi

Peneliti dapat menemukan bahwa nilai R^2 adalah 0,497 dan nilai *R square* atau R^2 adalah 0,247. Nilai-nilai ini akan digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh konten instagram dan kredibilitas *beauty influencer*. Hasil koefisien determinasi adalah 24,7% yang berarti variabel independen (konten Instagram dan kredibilitas *beauty influencer*) dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 24,7% dari variabel dependen (gaya hidup remaja). Dan sisa 75,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Nadya Aufa Paramitha, Sarah Novita Diah dan Melisa Arisanty yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Beauty Influencer* Nanda Arsyinta terhadap Kepercayaan Konsumen dari Produk Kecantikan pada Remaja”. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tabel korelasi dari kedua variabel, nilai (sig) sebesar 0,00 nilai a sebesar 0,05. Dari hasil perbandingan antara nilai (sig) dan a, diperoleh $Sig = 0,00 < a = 0,05$ sehingga keputusannya H_0 ditolak, dan H_1 diterima, jadi penelitian terdahulu mempunyai pengaruh dari kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap kepercayaan konsumen dari produk kecantikan pada remaja.

Pada penelitian ini berdasarkan hasil uji t membuktikan bahwa hasil uji pada variabel kredibilitas *beauty influencer* (X_2)

menunjukkan nilai t_{hitung} $10,470 > 1,960$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Jadi, ada pengaruh kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja secara parsial dan signifikan.

SIMPULAN

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel konten Instagram (X_1) dan variabel kredibilitas *beauty influencer* (X_2) memberikan pengaruh terhadap variabel gaya hidup (Y). Uji regresi berganda pada variabel konten Instagram (X_1) dan variabel kredibilitas *beauty influencer* (X_2) memiliki hubungan erat dengan variabel gaya hidup (Y). Berdasarkan hasil uji t membuktikan bahwa hasil uji pada variabel konten instagram (X_1) menunjukkan nilai t_{hitung} $3,517 > 1,960$, dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Jadi kesimpulannya ialah ada pengaruh konten Instagram terhadap gaya hidup remaja secara parsial dan signifikan. Berdasarkan hasil uji t membuktikan bahwa hasil uji pada variabel kredibilitas *beauty influencer* (X_2) menunjukkan nilai t_{hitung} $10,470 > 1,960$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Jadi, ada pengaruh kredibilitas *beauty influencer* Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja secara parsial dan signifikan. Hasil uji koefisien determinasi peneliti dapat menemukan bahwa nilai R^2 adalah 0,497 dan nilai *R square* atau R^2 adalah 0,247. Nilai-nilai ini akan digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh kredibilitas *beauty influencer*. Hasil koefisien determinasi adalah 24,7% yang berarti variabel kredibilitas *beauty influencer* dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 24,7% dari variabel dependen (gaya hidup).

DAFTAR PUSTAKA

Abdi, h. (2021, october 14). *Kredibilitas adalah kualitas untuk menimbulkan*

- kepercayaan, kenali komponennya. Liputan6.com.
- Asmawati, a., pramesty, a. F., & afiah, t. R. (2022). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup remaja. *Cices*, 8(2), 138–148.
<Https://doi.org/10.33050/cices.v8i2.2105>
- Cahyani, d. P. M., suryawati, a. A. G. N., & pradipta, a. D. (2020). *Pengaruh kredibilitas tasya farasya terhadap niat beli produk focallure*.
- Cahyaningtyas, r., & wijaksana, i. T. (2021). *The influence of product reviews and marketing content on tiktok on scarlett whitening by felicia angelista purchasing decisions*. <Www.mediaindonesia.com>
- Della, o. (2023). *Influencer marketing sudah tidak relevan. Yuk simak penjelasannya*. Popstar.id.
- Dewi, p. M. N., imbayani, a. G. I., & ribek, k. P. (2019). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian yang dimediasi e-word of mouth pada givanda store denpasar. *Values*, vol 2 no 3, 2021.
- Fai. (2022, november 8). *Metode kuantitatif adalah*. Umsu.ac.id.
- G, j., blumler, & katz, e. (1974). *The uses of mass communications : current perspectives on gratifications research*.
<Https://search.worldcat.org/formats-editions/1363444>
- Hasna, d. (2023, september 4). *Nanda arsyinta pernah nolak endorse skincare, ini alasannya!* Idntimes.
- Hidayat, a. (n.d.). *Uji normalitas dan metode perhitungan*.
- Iqbal, m. (2022, july 29). *Konten adalah: pengertian menurut para ahli, jenis, dan etika membuat konten* (2022). <Lindungihutan.com>.
- Jayanti, n. A. (2015). *Social climber pada kelompok pergaulan di surabaya townsquare (sutos)*.
- Khoiriyyah nissa, f., sukayawati, f., & willy indriana, m. (2022). *Pengaruh instagram terhadap gaya hidup mahasiswa fakultas ilmu komunikasi universitas islam nusantara* (vol. 1, issue 3). Online. <Www.plus62.isha.or.id/index.php/kam pret>
- Kusmahanuni. (2019). *Gaya hidup konsumtif dan pembentukan citra diri pada masyarakat millennial di kota langsia*.
- Monanda, r. (2017). Pengaruh media sosial instagram @awkarin terhadap gaya hidup hedonis di kalangan followers remaja. In *jom fisip* (vol. 4, issue 2).
- Muiz, a. (2023, march 6). *Pengertian konten : macam jenis, cara membuat dan contoh*. Adammuiz.com.
- Nabilah, a. F. (2023, april 15). *Menjamurnya bisnis skincare di indonesia?* Geotimes.id.
- Paramitha, n. A., diah, s. N., & arisanty, m. (2018). Pengaruh kredibilitas beauty influencer nanda arsyinta terhadap kepercayaan konsumen dari produk kecantikan pada remaja. In *journal of communication sciences (jcos)* (vol. 1, issue 2).
- Puspita, n. A. (2022). *Pengaruh konten instagram @jogjafoodhunter terhadap minat beli followers dan tingkat popularitas tempat kuliner di kota yogyakarta*.
- Putri, m. K. V. (2022, january 26). *Teori penetrasi sosial: konsep serta asumsinya*. Kompas.com.
- Rahma, f. (2021). *Teori used and gratification: konsep dan lima asumsi dasar*. Gramedia.com.
- Ramadhani, c., & hadi, s. P. (2023). Pengaruh media sosial instagram akun @nazlaalifa terhadap gaya hidup. *Inter script: journal of creative communication* /, v(1), 38.
- Romeltea. (2019, march 2). *Makna foto: arti ungkapan ‘one picture is worth a thousand words’*. Romeltea.com.
- Sendari, a. A. (2019, march 1). *Instagram adalah platform berbagi foto dan video, ini deretan fitur canggihnya*. <Liputan6.com>.

- Sevenads. (2023). *Ini dia jenis influencer berdasarkan kontennya!* Sevens ads indonesia.
- Sitanggang, p. K. D. D. (2022, august 12). *Relevan adalah: pengertian dan contoh kalimatnya.* Detik.com.
- Sugiharto, a. S., & ramadhana, r. M. (2018). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap sikap pada merek (studi pada mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis universitas telkom). In *jurnal ilmu politik dan komunikasi: vol. Viii* (issue 2). Www.youtube.com/tasyafarasya,
- Surya, m., syafebti, d., afghani, g. A., fajriah, a. H., utami, l. D., jansa, s. N., kharisma, m., nasution, f., remaja, p., wiyata, :, jiwa, u., berkualitas, y., nasution, k. F., & pertiwi, y. W. (n.d.). Psikoedukasi remaja: wiyata untuk jiwa yang berkualitas. In *jurnal pengabdian kepada masyarakat* (vol. 1, issue 1).
- Utari, m. (2017). Pengaruh media sosial instagram akun @princessyahrini terhadap gaya hidup hedonis para followersnya. In *jom fisip* (vol. 4, issue 2). Www.beritateratas.com,
- Wicaksono, p. (2023, january 24). *Pengertian dan manfaat foto produk.* Qubisa.com.