

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL X @OHMYBEAUTYBANK TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR *SKINCARE* DAN *MAKEUP* MAHASISWI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

REYSAH LARASATI

“X merupakan salah satu media sosial yang kini tidak hanya berfungsi sebagai wadah interaksi, tetapi juga sebagai sumber informasi utama bagi pengguna untuk memperoleh informasi yang relevan dan terkini. X memiliki fitur *autobase* yang memungkinkan penggunanya menemukan informasi secara spesifik, termasuk untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar *skincare* dan *makeup*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh penggunaan media sosial X @ohmybeautybank terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar *skincare* dan *makeup* pada mahasiswa Universitas Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei yang dilakukan kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Lampung secara acak. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan dari Pengaruh Penggunaan Media Sosial X @ohmybeautybank terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Universitas Lampung yang dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 6,686 > 1,984 maka H_0 ditolak karena H_a diterima, serta nilai pengaruhnya sebesar 31,3% yang didasarkan pada uji koefisien determinasi (R^2). Penyajian informasi melalui *menfess* tersebut mampu mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa Universitas Lampung karena menarik dan mudah dipahami.

Kata Kunci: X, Kebutuhan Informasi, *Skincare*, *Makeup*.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USE X @OHMYBEAUTYBANK ON THE FULFILLMENT OF INFORMATION NEEDS ABOUT SKINCARE AND MAKEUP STUDENTS OF THE UNIVERSITY OF LAMPUNG

By

REYSAH LARASATI

“X is one of the social media that now serves not only as a platform for interaction but also as the main source of information for users to obtain relevant and up-to-date information. X has an auto base feature that allows users to find specific information, including to meet information needs about skincare and makeup”. This study aims to determine the magnitude of the influence of the use of social media X @ohmybeautybank on the fulfillment of information needs about skincare and makeup on female students at the University of Lampung. This research is a quantitative study with a survey approach conducted on 100 respondents who are random Lampung University students. The results of this study indicate that there is a significant positive effect of the Influence of the Use of Social Media X @ohmybeautybank on Fulfilling the Information Needs of Lampung University students as evidenced by the tcount of 6.686 > ttable 1.984 then Ho is rejected because Ha is accepted, and the value of the influence is 31.3% which is based on the coefficient of determination (R²) test. The presentation of information through menfess is able to influence the fulfillment of information needs of Lampung University students because it is interesting and easy to understand.

Keywords: X, Information Needs, Skincare, Makeup.