

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan media sosial di kalangan remaja, khususnya platform TikTok, yang dinilai memiliki pengaruh terhadap perilaku dan pola pikir remaja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Patricia (2024), sebanyak 81% responden berusia 15–26 tahun menyatakan bahwa konten yang mereka konsumsi di TikTok berdampak terhadap kesehatan mental mereka. Temuan awal melalui pra-survei yang dilakukan di SMK Mandiri Palembang menunjukkan bahwa sejumlah siswi terlihat terpengaruh oleh tren yang disebarakan melalui media sosial, khususnya yang berkaitan dengan konten dari *beauty influencer* dan *fashion influencer*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Beauty Influencer* dan *Fashion Influencer* di media sosial TikTok terhadap perilaku remaja di SMK Mandiri Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswi SMK Mandiri Palembang dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratifications* oleh Helbert Blumler dan Elihu Katz 1974, yang mencakup lima aspek kebutuhan yaitu Kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,01, yang lebih kecil dari batas yang telah ditentukan sebesar 0,05. Dengan demikian, hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak, dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Artinya, secara simultan, variabel *Beauty Influencer* dan *Fashion Influencer* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku remaja.

**Kata Kunci :** *Beauty Influencer, Fashion Influencer, Media Sosial, Perilaku Remaja, Uses and Gratification Theory*