

Hubungan Intensitas Menonton Konten Memasak di TikTok dengan Motivasi Belajar Memasak Remaja Putri di Desa Tulungrejo

Dwi Apriliani¹, Nugrahani Astuti², Lucia Tri Pangesthi³, Ita Fatkhur Romadhoni⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Surabaya

Jl. Ketintang, Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60231, Indonesia

Korespondensi penulis: dwiapriliani.19017@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *This study aims to determine whether there is a relationship between the intensity of watching cooking content on TikTok and the motivation to learn cooking for young women in Tulungrejo village. This research is a descriptive research with a quantitative approach. The data collection technique used was a questionnaire distributed to 110 young women in Tulungrejo Village as a sample. Data analysis used the product moment correlation, which previously carried out the prerequisite test using the normality test and linearity test. The results showed 1) the intensity of watching cooking content on Tulungrejo village girls' TikTok with a high intensity of 33%, medium 67% and low 0%. 2) The motivation to learn cooking for young women in Tulungrejo village with high motivation is 76%, medium is 24%, and low is 0%. 3) Based on the results of hypothesis testing with the product moment correlation formula, an r-count value of 0.600 is obtained with an r-table price at a significance level of 5%, namely 0.187 so that $0.600 > 0.187$. It can be concluded that H_a is accepted and H_o is rejected, so there is a positive relationship between the intensity of watching cooking content on TikTok and the motivation to learn cooking for young women in Tulungrejo village.*

Keywords: *relationship, intensity of watching cooking content on TikTok, motivation to learn cooking*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas menonton konten memasak di TikTok terhadap motivasi belajar memasak remaja putri di desa Tulungrejo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner yang dibagikan kepada 110 remaja putri di Desa Tulungrejo sebagai sampel. Analisis data menggunakan korelasi *product moment* yang sebelumnya dilakukan uji prasyarat menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Hasil penelitian menunjukkan 1) intensitas menonton konten memasak di TikTok remaja putri desa Tulungrejo dengan intensitas tinggi sebesar 33%, sedang 67% dan rendah 0%. 2) Motivasi belajar memasak remaja putri desa Tulungrejo dengan motivasi tinggi 76%, sedang 24%, dan rendah 0%. 3) Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan rumus korelasi *product moment*, didapatkan nilai r-hitung 0,600 dengan harga r-tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu 0,187 sehingga $0,600 > 0,187$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka terdapat hubungan yang positif antara intensitas menonton konten memasak di TikTok dengan motivasi belajar memasak remaja putri di desa Tulungrejo.

Kata kunci: Hubungan, Intensitas Menonton Konten Memasak di TikTok, Motivasi Belajar Memasak

Received April 30, 2023; Revised Mei 02, 2023; Accepted Juni 28, 2023

* Dwi Apriliani, dwiapriliani.19017@mhs.unesa.ac.id

LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Berkembangnya teknologi informasi membawa perubahan besar pada diri masyarakat. Kemajuan teknologi informasi memberikan pengaruh besar bagi masyarakat. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku masyarakat, baik dari pola pikir, pola emosional dan pola perilaku. (Liedfray *et al.*, 2022). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, semakin berkembang pula teknologi internet yang mempengaruhi munculnya berbagai macam media sosial. Media sosial adalah sebuah kelompok perangkat lunak berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi serta teknologi *web 2.0* yang memungkinkan penciptaan pertukaran *user-generated content* (Buana *and* Maharani, 2020).

TikTok adalah salah satu media sosial berbasis video yang digemari oleh semua kalangan. TikTok merupakan aplikasi yang berasal dari China dan pertama kali diluncurkan pada bulan September 2016 oleh perusahaan *ByteDance*. Konsep aplikasi TikTok adalah menampilkan video singkat dengan efek khusus dan fitur khas lainnya sehingga pengguna dapat membuat dan merekam setiap momen menggunakan *smartphone* (Nurohman, 2021). Video yang dapat diunggah atau ditonton berdurasi 15 detik hingga 10 menit dan penggunaanya dapat menambahkan *music*, filter, serta fitur kreatif lainnya.

TikTok sebagai media sosial yang mendominasi, tidak hanya digemari di kota, tetapi juga banyak digemari didesa (Hijrah *et al.*, 2022). Hal ini juga terjadi di Desa Tulungrejo. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa remaja yang ada di Desa Tulungrejo, didapatkan hasil bahwa sebagian besar dari remaja Desa Tulungrejo yang merupakan pengguna aktif TikTok. Sejalan dengan hal itu, *Head of marketing* TikTok Surayot Aimlaor sebagaimana dikutip pada portal berita kompas.com, mengatakan bahwa pengguna media sosial TikTok saat ini didominasi oleh generasi Z dengan kisaran usia 15-24 tahun. Sementara menurut *Business Of Apps*, 2021, sebanyak 57% pengguna TikTok perempuan memiliki persentase yang lebih besar dari laki-laki. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna TikTok berasal dari kalangan remaja putri.

TikTok mulai masuk di Indonesia sejak tahun 2017, tetapi berkembang pesat pada awal tahun 2020 yaitu ketika pandemi covid-19 melanda dan membatasi banyak aktivitas. Awalnya, TikTok hanya menjadi media yang berfungsi sebagai sarana hiburan bagi penggunaannya untuk menonton atau membuat video seperti menari, berjoget, *dance* hingga menyanyi *lypsinc*, tetapi seiring dengan perkembangan zaman, TikTok kini banyak menghadirkan konten video yang bersifat edukasi, menarik dan bermanfaat, salah satu contohnya yaitu konten memasak.

Dari banyaknya jejaring sosial yang menyuguhkan berbagai konten memasak seperti *YouTube*, *Facebook* dan *Instagram*, tetapi konten memasak di TikTok memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan dengan jejaring sosial lainnya. Durasi video di TikTok terbilang cukup singkat, sehingga lebih ringkas, efisien, dan tidak mudah membuat bosan penonton. *Content creator* memasak di TikTok cenderung lebih kreatif dan memiliki ciri khas masing-masing dalam pembuatan video. Banyak dari mereka yang membagikan aktivitasnya sehari-hari atau biasa dikenal dengan istilah “*a day in my life*” sebelum mereka menampilkan tutorial memasaknya, atau bahkan menampilkan video pada saat berbelanja bahan sebelum menampilkan tutorial memasaknya. Tidak hanya itu, suara serta aksi dari *content creator* yang unik dan berciri khas juga membuat banyak penonton tertarik menonton konten memasak di TikTok.

Munculnya berbagai konten memasak di TikTok, tentu membawa dampak bagi penontonnya apabila dilakukan secara terus menerus. Menurut Rakhmat (2017), hal-hal yang dilihat secara teratur, dapat menarik perhatian dan berdampak bagi mereka. Dengan menonton konten memasak di TikTok yang dilakukan berulang kali, maka mampu menumbuhkan motivasi belajar memasak seseorang. Motivasi adalah dorongan sadar atau tidak sadar seseorang untuk mengambil tindakan dalam rangka mencapai tujuannya (Fauziah *et al.*, 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sholihah (2014) tentang hubungan intensitas menonton tayangan kuliner terhadap motivasi belajar memasak, dinyatakan adanya hubungan yang signifikan antara menonton tayangan kuliner terhadap motivasi belajar memasak. Maka dapat disimpulkan bahwa menonton tayangan kuliner atau memasak yang dilakukan secara *intens* dapat berpotensi dalam menumbuhkan motivasi belajar memasak seseorang. Motivasi belajar memasak ditimbulkan oleh dua faktor, yaitu faktor dari dalam atau intrinsik seperti adanya kebutuhan, niat, kesenangan, kepuasan, dan

faktor dari luar atau ekstrinsik seperti adanya fasilitas yang mendukung serta pengakuan dari orang lain.

Berdasarkan hasil survey prapenelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap 52 remaja putri yang berdomisili di desa Tulungrejo kecamatan Pare, terdapat 92,2% remaja putri yang sering mencari video mengenai masakan di TikTok, 94,1% tertarik melihat konten memasak di TikTok daripada aplikasi lainnya, 94,1 % sering mencari resep masakan yang ada di TikTok, 98% memiliki motivasi untuk belajar memasak setelah menonton konten memasak di TikTok, 90,2% sering mempraktekkan resep masakan setelah menonton konten memasak di TikTok, dan 92,2% sering belajar teknik memasak dari konten memasak di TikTok. Hal ini menandakan bahwa dengan menonton konten memasak di TikTok berpotensi tinggi untuk menumbuhkan motivasi belajar memasak remaja putri di desa Tulungrejo Kecamatan Pare.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton konten memasak di TikTok dengan motivasi belajar memasak remaja putri di Desa Tulungrejo.

KAJIAN TEORITIS

1. Intensitas Menonton Konten Memasak di TikTok

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2018), Intensitas diartikan sebagai derajat tingkata atau pengukuran intensnya seorang individu melakukan suatu kegiatan yang dikarenakan adanya motivasi dalam dirinya. Sedangkan intensitas menurut Syahputri (2016), merupakan suatu hal yang menyangkut sebuah kegiatan tertentu yang dilakukan dalam kurun waktu serta memiliki kapasitas atas aktivitas yang dilakukan. Sedikit berbeda dengan pendapat Wahyuni (2017), didasarkan pada tingkat frekuensi suatu kegiatan dilakukan yang didasari atas perasaan senang dalam melakukannya.

Menurut Ramdhini dan Fatoni (2020), intensitas menonton memerlukan perhatian yang cermat, bukan hanya sekedar menontonnya. Intensitas menonton merupakan lamanya waktu yang dihabiskan seseorang dalam sebuah tayangan di media massa. Tingkat frekuensi, durasi menonton dan konsentrasi diartikan sebagai komponen dalam intensitas menonton.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan konten sebagai pengetahuan yang tersedia melalui media atau perangkat elektronik. Konten dapat berupa gambar, video, teks, suara, kata-kata yang diucapkan, bahasa isyarat, bahasa tubuh dan banyak lagi (Nita dkk, 2020). Yuliantoro (2019) mendefinisikan memasak sebagai proses seni mengolah makanan yang belum layak dikonsumsi menjadi hidangan yang mampu menggugah selera. Maka dapat disimpulkan bahwa konten memasak merupakan informasi mengenai suatu pengolahan makanan dari bahan mentah hingga menjadi makanan matang yang dapat berupa video, gambar, maupun artikel yang dapat diakses oleh semua orang melalui suatu media.

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat ditarik simpulan bahwa intensitas menonton konten memasak adalah seberapa seringnya individu dalam melihat atau menonton informasi mengenai suatu pengolahan makanan melalui suatu media, dan apabila individu merasa senang dengan hal tersebut maka individu akan mengulanginya secara terus menerus.

TikTok adalah media berbasis video yang memberikan kemudahan penggunaanya dalam membuat atau sekedar menonton video pendek yang hanya berdurasi maksimal 10 menit serta didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. Pada September 2016, perusahaan teknologi China *ByteDance* meluncurkan aplikasi video pendek bernama *Douyin*. Dalam sehari *Douyin* dapat mencapai 100 juta pengguna dan 1 miliar penonton dalam kurun waktu satu tahun. Setelah *Douyin* berkembang pesat, *ByteDance* akhirnya memperluas daya tariknya ke luar China dan mengganti nama *Douyin* menjadi TikTok.

Pada tahun 2017, TikTok pertama masuk ke Indonesia, namun pada saat itu TikTok diyakini lebih banyak memberikan efek yang negatif dan kurang mendidik. Sampai pada tahun 2018, Kementerian Komunikasi dan Informatika memblokir TikTok setelah Kementerian Perlindungan Perempuan dan Anak dan Komite Perlindungan Anak Indonesia melaporkan konten negatif di aplikasi TikTok, namun pemblokiran TikTok tidak berlangsung lama.

Di Indonesia, TikTok adalah salah satu aplikasi dengan pertumbuhan tercepat yang mana pengguna TikTok tidak dibatasi oleh strata sosial tertentu, pejabat pemerintah, orang tua, dewasa, remaja, serta anak-anak menggunakan TikTok karena berbagai tujuan. Berdasarkan data dari *Head of public policy TikTok* Indonesia,

pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z atau anak remaja.

Ketika Tiktok pertama kali diluncurkan, TikTok menjadi tempat bagi para penggunanya untuk dapat membuat konten video seperti menyanyi *lypsinc*, menari, *dance* hingga disebut sebagai media berjoget. Tetapi, seiring berkembangnya TikTok, banyak dari *content creator* di TikTok yang menyuguhkan berbagai macam konten-konten yang bersifat edukasi dan bermanfaat bagi penggunanya sehingga TikTok menjadi media yang dapat memperluas wawasan, referensi atau pengetahuan bagi penggunanya. Beberapa contohnya yaitu video memasak, tutorial kecantikan, video dakwah, video inspirasi belajar, dan sebagainya.

2. Motivasi Belajar

Motivasi berasal dari kata “motif” yaitu usaha untuk mendorong seseorang melakukan suatu tindakan. Dorongan-dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu guna mencapai tujuan juga disebut sebagai motivasi. Belajar yaitu proses atau upaya yang dilakukan setiap orang guna memperoleh pengalaman mampu mengubah perilaku, pengetahuan, sikap, dan nilai-nilai positif. Belajar dapat dipahami sebagai segala kegiatan psikis individu sebelum dan sesudah belajar yang membuat tingkah lakunya berbeda. Perubahan perilaku atau tanggapan karena pengalaman baru, kecerdasan/pengetahuan yang dipelajari, dan kegiatan latihan (Djamaluddin & Wardana, 2019).

Motivasi belajar adalah dorongan untuk melakukan kegiatan belajar baik secara internal maupun eksternal sehingga menumbuhkan semangat dalam belajar (Monika & Adman, 2017). Sedikit berbeda dengan pendapat Uno (2017), motivasi belajar merupakan dorongan internal dan eksternal pada seseorang yang sedang belajar untuk mengadakan perubahan tingkah laku, pada umumnya dengan beberapa indikator yang mendukung. Sedangkan menurut pendapat Sardiman (2018) motivasi belajar adalah keseluruhan daya penggerak dari dalam diri individu yang mendorong seseorang untuk belajar, menimbulkan kegiatan belajar, yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar dan memberikan arah pada kegiatan belajar untuk mencapai tujuan yang diinginkan

Pernyataan dari beberapa sumber diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi dibagi menjadi tiga, sebagai berikut:

- a. Pendorong manusia dalam berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Dalam hal ini motivasi menjadi motor penggerak untuk semua kegiatan yang dilakukan
- b. Menentukan arah perbuatan, yaitu ke arah tujuan yang diinginkan. Dengan demikian motivasi dapat menjadi arah dari kegiatan yang dilakukan.
- c. Menyeleksi perilaku, menetapkan tindakan-tindakan yang dikerjakan yang guna mencapai tujuan, dan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak diperlukan bagi tujuan tersebut.

Sardiman (2018) membagi motivasi menjadi 2 diantaranya yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.

- a. Motivasi Intrinsik, adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsi tanpa perlu rangsangan dari luar, karena dalam diri setiap individu terdapat dorongan dalam melakukan tindakan.
- b. Motivasi Ekstrinsik, adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsi karena terdapat rangsangan dari luar diri individu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan di Desa Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2023. Sampel dalam penelitian ini adalah remaja putri di Desa Tulungrejo sebanyak 110. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan diilustrasikan data tiap-tiap variabel yang sudah diolah Nampak dari nilai rerata (*mean*), *median*, *modus*, serta *standar deviasi*. Selain itu disajikan pula tabel distribusi frekuensi dan kategorisasi tiap-tiap variabel. Berikut rincian hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan bantuan aplikasi SPSS 29.0 *for windows*.

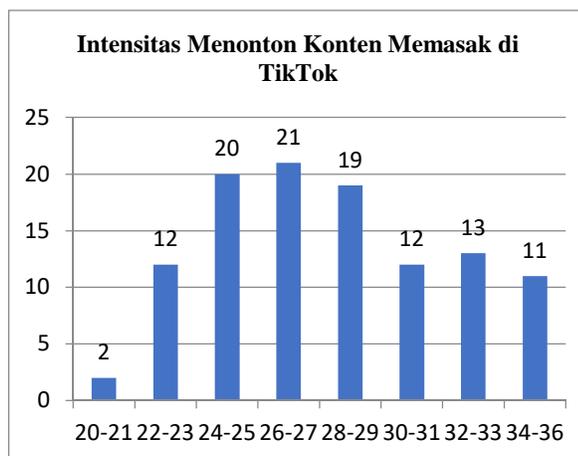
A. Variabel Intensitas Menonton

Pada variabel (X) yaitu intensitas menonton konten memasak di TikTok, data diperoleh dari responden atau sampel sebanyak 110. Data diperoleh dari kuesioner yang telah dibagikan sebanyak 9 butir pernyataan dengan 4 skala jawaban yang skor paling tinggi 4 dan skor paling rendah 1. Dari data variabel intensitas menonton konten memasak di TikTok didapatkan nilai rata-rata (*Mean*) 28,07, *Median (Me)* 27,50, *Modus (Mode)* 15, *Standar Deviasi (SD)* 4,052. Jumlah skor tertinggi 36 dan jumlah skor terendah 20. Hasil perhitungan jumlah kelas interval didapat 8, rentang data didapat nilai 16, serta panjang kelas didapat nilai 2, sehingga dapat dibuat tabel distribusi frekuensi dan diagram batang sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi frekuensi data intensitas menotonon.

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Persentase
1	20-21	2	2%
2	22-23	12	11%
3	24-25	20	18%
4	26-27	21	19%
5	28-29	19	17%
6	30-31	12	11%
7	32-33	13	12%
8	34-36	11	10%
Jumlah		110	100%

Data Distribusi frekuensi variabel intensitas menonton konten memasak di TikTok dapat diilustrasikan diagram batang sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram batang frekuensi data intensitas

Berdasarkan tabel 1, mayoritas frekuensi variabel intensitas menonton konten memasak di TikTok terletak pada interval 26-27 sebanyak 21 responden (19%) dan yang paling rendah berada pada interval 20-21 sebanyak 2 responden (2%). Kemudian untuk mengetahui kecenderungan variabel intensitas menonton konten memasak di TikTok dengan menggunakan nilai *mean* ideal dan standar deviasi ideal. Hasil perhitungan nilai *mean* ideal sebesar 22,5 dan standar deviasi ideal sebesar 4,5. Kecenderungan variabel intensitas menonton tersaji pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Kategorisasi Variabel Intensitas

No.	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Presentase	
1	$X \geq 29$	36	33%	Tinggi
2.	$16 \leq X < 29$	74	67%	Sedang
3.	$X < 16$	0	0	Rendah

Tabel 2 menunjukkan bahwa intensitas menonton konten memasak di TikTok remaja putri Desa Tulungrejo tergolong dalam dua kategori. Sebanyak 36 atau 33% tergolong remaja putri dengan intensitas menonton konten memasak di TikTok yang tinggi, sedangkan sisanya yaitu 74 atau 67% remaja putri tergolong memiliki intensitas menonton konten memasak di TikTok yang sedang. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel intensitas menonton konten memasak di TikTok di kategori sedang (67%).

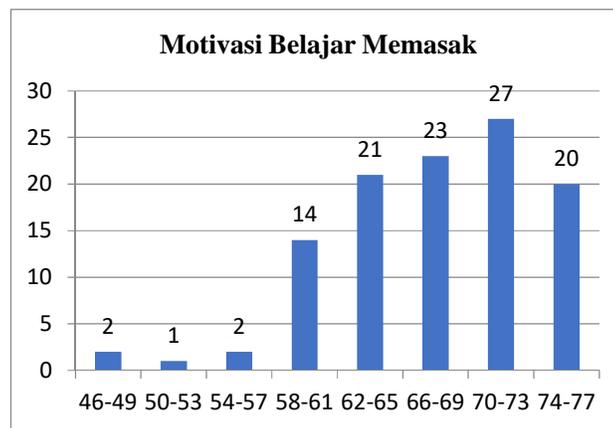
B. Variabel Motivasi Belajar Memasak

Pada variabel motivasi belajar memasak, data diperoleh dari responden atau sampel sebanyak 110. Data diperoleh dari kuesioner yang telah dibagikan sebanyak 19 butir pernyataan dengan 4 skala jawaban yang skor paling tinggi 4 dan skor paling rendah 1. Dari data motivasi belajar memasak didapatkan nilai rata-rata (*Mean*) 67,34 *Median (Me)* 68,00, *Modus (Mode)* 72, *Standar Deviasi (SD)* 6,305. Jumlah skor tertinggi 76 dan jumlah skor terendah 46. Hasil perhitungan jumlah kelas interval didapat 8, rentang data didapat nilai 30, serta panjang kelas didapat nilai 4, sehingga dapat dibuat tabel distribusi frekuensi dan diagram batang sebagai berikut:

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Data Motivasi Belajar

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Persentase
1	46-49	2	18%
2	50-53	1	9%
3	54-57	2	18%
4	58-61	14	13%
5	62-65	21	19%
6	66-69	23	21%
7	70-73	27	25%
8	74-76	20	18%
Jumlah		110	100%

Data Distribusi frekuensi variabel intensitas menonton konten memasak di TikTok dapat diilustrasikan diagram batang sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram batang frekuensi motivasi

Berdasarkan tabel 3, mayoritas frekuensi variabel motivasi belajar memasak berada pada interval 70-73 sebanyak 27 responden (25%) dan yang paling rendah berada pada interval 50-53 sebanyak 1 responden (9%). Kemudian untuk mengetahui kecenderungan variabel motivasi belajar memasak digunakan nilai *mean* ideal dan standar deviasi ideal. Hasil perhitungan nilai *mean* ideal sebesar 47,5 dan standar deviasi ideal sebesar 9,5. Kecenderungan variabel motivasi belajar memasak tersaji pada tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Kategorisasi Variabel Motivasi

No.	Skor	Frekuensi		Kategori
		Jumlah	Persentase	
1.	$X > 62$	84	76%	Tinggi
2.	$33 < X < 62$	26	24%	Sedang
3.	$X < 33$	0	0	Rendah

Tabel 4 menunjukkan bahwa motivasi belajar memasak remaja putri di Desa Tulungrejo tergolong dalam dua kategori. Sebanyak 84 atau 76% tergolong remaja putri dengan motivasi belajar tinggi, sedangkan sisanya yaitu 26 atau 24% remaja putri tergolong memiliki motivasi belajar memasak yang sedang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi belajar memasak berada pada kategori tinggi (76%).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *product moment* melalui aplikasi SPSS versi 29 for windows, nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,00 ($< 0,05$) dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas menonton konten memasak di Tiktok dengan motivasi belajar memasak remaja putri sehingga menerima hipotesis (H_a) yang berbunyi “terdapat hubungan antara intensitas menonton konten memasak di TikTok terhadap motivasi belajar memasak remaja putri di Desa Tulungrejo”. Berdasarkan uji hipotesis pula arti positif menunjukkan hasil dari analisa data juga dapat diinterpretasikan sebagai “semakin tinggi intensitas menonton konten memasak di TikTok akan semakin tinggi pula motivasi belajar memasak remaja putri, sebaliknya, semakin rendah intensitas menonton konten memasak di TikTok maka semakin rendah pula motivasi belajar memasak”.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa motivasi belajar memasak remaja putri berada pada kategori tinggi, sehingga dapat dijadikan sebagai wadah untuk mendalami ilmu dibidang kuliner baik untuk kehidupan yang akan datang ataupun untuk usaha dibidang kuliner, sehingga perlunya menambah pengetahuan dan wawasan.
2. Konten memasak di TikTok adalah contoh media sosial yang berdampak bagi para penontonnya dalam meningkatkan wawasan dan motivasi dalam belajar memasak, oleh sebab itu dapat digunakan oleh siapa saja apabila ingin belajar memasak
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat melakukan penelitian tidak hanya dilingkup desa dan remaja putri, namun dapat melakukan penelitian dengan sampel yang dengan jumlah lebih banyak dan cakupan yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Afrelia, N. D., & Khairat, M. (2022). Hubungan antara intensitas pengguna tiktok dengan kontrol diri pada remaja. *Jurnal Spirits*, 12(2), 6267. <https://doi.org/10.30738/spirits.v12i2.12808>
- Andriani, R., & Rasto, R. (2019). Motivasi belajar sebagai determinan hasil belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(1), 80. <https://doi.org/10.17509/jpm.v4i1.14958>
- Anitasari, L. (2014). Fakultas Teknik Fakultas Teknik. *Pengayakan*, 2(1), 21–28.
- Ayu Wardani, N. M., Suniasih, N. W., & Sujana, N. W. (2019). Korelasi Antara Konsep Diri dengan Kemampuan Pemecahan Masalah IPS. *Thinking Skills and Creativity Journal*, 2(1), 37–46. <https://doi.org/10.23887/tscj.v2i1.18382>
- Azhara, S., Fatkhul Hidayat, M., Paradiba, N. P., Anggraini, D. A., Syarifa, H., Adelia, A., Arya, B., Soeharto, Z., Oktiani, M., Nafsya, T., & Permata, P. (2023). Pengaruh Konten TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue pada Mahasiswa Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 2(1), 238–248.
- Berliana, N., Hilal, T. S., & Minuria, R. (2021). Sumber Informasi, Pengetahuan Dan Sikap Pencegahan Remaja Terhadap Pencegahan Kehamilan Bagi Remaja Di Kota Jambi Tahun 2021. *Jurnal Inovasi Penelitian Program Studi Kesehatan Masyarakat, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi*, 2(7), 1–9.
- Djamaluddin, A., & Wardana. (2019). Belajar Dan Pembelajaran. In *CV Kaaffah Learning Center*.
- Fauziah, A., Rosnaningsih, A., & Azhar, S. (2017). Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Minat Belajar Siswa Kelas Iv Sdn Poris Gaga 05 Kota Tangerang. *Jurnal JPSD (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 4(1), 47. <https://doi.org/10.26555/jpsd.v4i1.a9594>
- Frisnawati, A. 2012. Hubungan Antara Intensitas Menonton *Reality Show* Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial. *Empathy* vol. 1 : 50- 54
- Hijrah, Suhaeb, F. W., & Tenri, A. A. O. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Di Desa Beru-Beru Kabupaten Mamuju (Studi Pada Remaja Usia 12-16 Tahun). *Jurnal Predestinasi*, 15(2), 2.
- Kusumastuti, D., & Mastuti, E. (2019). Hubungan Antara Persepsi Keterlibatan Ayah Dalam Pengasuhan Dan Kematangan Emosi Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 8, 10–20.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Nurohman, D. A. (2021). Konten Kreator : Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktoker. Bengkulu : El Markazi.
- Anitasari, L. (2014). Fakultas Teknik Fakultas Teknik. *Pengayakan*, 2(1), 21–28.

- Pusparini, K. D. C., Suma, K., & Suswandi, I. (2020). Hubungan Motivasi Intrinsik, Persepsi Siswa, Motivasi Intrinsik dan Persepsi Siswa terhadap Pelajaran Fisika dan Prestasi Belajar Fisika Siswa Kelas X MIPA SMA. *Jurnal Pendidikan Fisika Undiksha*, 10(1), 12. <https://doi.org/10.23887/jjpf.v10i1.26719>
- Rahman, S. (2021). Pentingnya Motivasi Belajar Dalam Meningkatkan Hasil Belajar. *Merdeka Belajar Dalam Menyambut Era Masyarakat 5.0*, November, 289–302.
- Ramdhini, V. C., & Fatoni, A. (2020). PENGARUH INTENSITAS MENONTON VIDEO YOUTUBE DAN KREDIBILITAS BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video ‘ Wardah InstaPerfect Review Tutorial Swatches ’). 10(2), 53–59. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.53-59>
- Susanto, B. (2019). Analisa Perkembangan Tiktok Sebagai Aplikasi Sadar Sosial yang digemari Oleh Generasi Muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 45–53.
- Sutisna, I. (2020). Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1(1), 1–15. <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/4610/Teknik-Analisis-Data-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- Usmadi, U. (2020). Pengujian persyaratan analisis (Uji homogenitas dan uji normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1).
- Wahyuni, R. (2017). Hubungan Intensitas Menggunakan Facebook dengan Kecenderungan Nomophobia pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 13(1), 22–29.
- Yuliantoro. (2019). *Pariwisata Pariwisata*. 1(20), 17–24.
- Yanuarista, R. W. (2021). Implementasi Teks Prosedur pada Video Tutorial Memasak dalam Media Sosial Tik Tok. *Bapala*, Vol 8(No 04), 99–111.