



**KOMUNIKASI INTRAPERSONAL GENERASI Z DALAM
MENUMBUHKAN RASA PERCAYA DIRI**

(Sudi Fenomenologi terhadap *Beauty Content Creator* Januari - Agustus 2023
di Jakarta)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana 1 (S-1)

Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MUTHYARA DHIVA ZENIA

44218110039

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

Tahun 2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muthyara Dhiva Zenia
NIM : 44218110039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Intrapersonal Generasi Z
Dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Diri (Studi Fenomenologi
terhadap *Beauty Content Creator* Januari - Agustus 2023 di Jakarta)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 23 Agustus 2023



Muthyara Dhiva Zenia

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

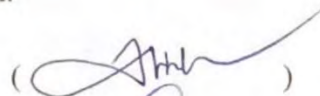
HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Muthyara Dhiva Zenia
NIM : 44218110039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Intrapersonal Generasi Z
Dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Diri (Studi Fenomenologi
terhadap *Beauty Content Creator* Januari - Agustus 2023 di Jakarta)

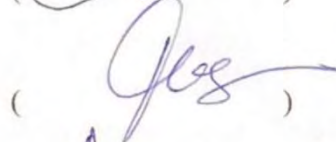
Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

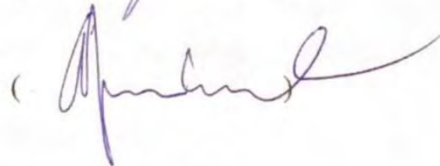
Pembimbing 1 : Dr. Nur Kholisoh, M, Si
NIDN : 0306047001

()

Ketua Penguji : Ponco Budi S, Ph.D
NIDN : 0329057401

()

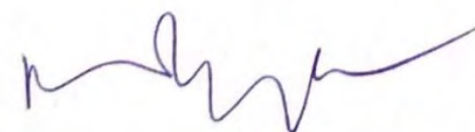
Penguji Ahli : Drs. Gufroni Sakaril, MM.
NIDN : 0322026601


()

Jakarta, 23 Agustus 2023

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muthyara Dhiva Zenia
NIM : 44218110039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Intrapersonal Generasi Z
Dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Diri (Studi Fenomenologi terhadap *Beauty Content Creator* Januari - Agustus 2023 di Jakarta)

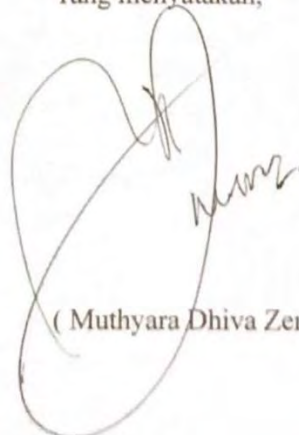
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2023

Yang menyatakan,



(Muthyara Dhiva Zenia)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih yang tak terhingga kepada Tuhan YME atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya yang telah menyertai perjalanan saya dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Intrapersonal Generasi Z Dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Diri” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi bidang *Public Relations*.

Penyelesaian tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari kerjasama dan peran orang-orang yang ada di sekeliling peneliti, yang telah mendukung dan membantu demi tercapainya tujuan dari penulisan skripsi ini. Maka dari itu tak lupa peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Nur Kholisoh, M, Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, meluangkan waktu, dan memberikan panduan dari awal hingga akhir. Terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang diberikan serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Prof. Dr. Drs. Ahmad Mulyana, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama peneliti menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Kepada orang tua saya yang selalu memberikan dukungan moral dan doa kepada saya. Orang tua saya telah menjadi pilar dalam hidup saya, memberikan dukungan dan motivasi untuk meraih cita-cita saya. Terima kasih, Mama, Ayah dan Nenek.
5. Saudara kandung saya juga merupakan sosok penting dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi ini. Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada mereka yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan kritik yang membangun, sehingga saya dapat terus mengembangkan diri dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Rekan-rekan di Universitas Mercubuana yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kepada teman-teman seangkatan yang selalu siap membantu dan memberikan dukungan dalam tugas-tugas akademik, serta membantu saya dalam mencari referensi dan materi yang dibutuhkan.
7. Sahabat-sahabat saya, khususnya Dina Puspita, Maya Yustika, Theresia Nurdiah sari, Maria Angelica, Dian Wahyuni, yang selalu memberikan dukungan moral, motivasi, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah membantu

saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan semangat dan suka cita.

8. Semua responden dan objek penelitian yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Saya menyadari bahwa tanpa partisipasi mereka, penelitian ini tidak mungkin berjalan dengan baik.

Semoga Tuhan YME memberikan balasan yang berlipat ganda atas segala kebaikan yang diberikan selama ini. Akhir kata, peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu, peneliti siap menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca dan berkomitmen untuk terus memperbaiki diri di masa yang akan datang. Peneliti juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu di bidang yang diteliti.



ABSTRAK

Nama : Muthyara Dhiva Zenia
NIM : 44218110039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Intrapersonal Generasi Z Dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Diri (Studi Fenomenologi terhadap *Beauty Content Creator* Januari - Agustus 2023 di Jakarta)
Pembimbing : Dr. Nurkholisoh, M, Si

Kepercayaan diri dianggap sebagai modal utama untuk mencapai kehidupan yang sukses dan bahagia. Salah satu faktor yang dinilai mampu mempengaruhi kepercayaan diri seseorang adalah penampilan fisik, namun selain dari faktor fisik kepercayaan diri datang dari diri sendiri, bagaimana manusia berpikir dan menyadari bahwa dirinya pantas dan mampu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyajikan fenomena kepercayaan diri generasi Z khususnya pada *beauty content creator* yang berada di Jakarta dan kaitannya dengan komunikasi intrapersonal dalam menumbuhkan rasa percaya diri mereka.

Berbagai hal yang berhubungan dengan komunikasi akan dikelola oleh proses komunikasi yang disebut manajemen komunikasi. Dalam hal ini komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi kelompok, komunikasi massa ataupun komunikasi interpersonal. Sebelum berkomunikasi dengan orang lain, perlunya memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang diri sangat penting untuk berhasil dalam mengelola komunikasi, terutama komunikasi dengan diri sendiri. *Self* adalah bagian intrapribadi dari model komunikasi, seperti lapisan terdalam dalam boneka Matryoshka, mewakili diri. Mengetahui dan memahami diri diperlukan untuk manajemen diri yang efektif.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi melalui wawancara secara mendalam (*in depth interview*).

Hasil penelitian menunjukkan, rasa percaya diri informan tumbuh setelah melalui empat tahapan komunikasi intrapersonal, yaitu sensasi (perasaan bahagia saat mendapatkan pujian dan tanggapan positif), persepsi (memotivasi mereka untuk melanjutkan membuat konten), memori (mengingat tren terbaru dalam industri kecantikan, dan berpikir (berikir untuk mempertahankan rasa percaya diri dan mengembangkan konten).

Kesimpulannya, setelah *beauty content creator* melalui empat tahapan komunikasi intrapersonal (sensasi, persepsi, memori dan berpikir), mereka akan tetap merasa percaya diri. Sehingga pada akhirnya mereka dapat menciptakan konten dan berkomunikasi dengan audiens mereka melalui konten yang mereka buat.

Kata Kunci : *Komunikasi Intrapersonal, Rasa Percaya Diri*

ABSTRACT

Name : Muthyara Dhiva Zenia
NIM : 44218110039
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Komunikasi Intrapersonal Generasi Z Dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Diri (Studi Fenomenologi terhadap *Beauty Content Creator* Januari - Agustus 2023 di Jakarta)
Counsellor : Dr. Nurkholisoh, M, Si

Confidence is considered as the main capital to achieve a successful and happy life. One of the factors that is considered capable of influencing a person's self-confidence is physical appearance, but apart from physical factors, self-confidence comes from oneself, how humans think and realize that they are worthy and capable. The purpose of this study is to present the phenomenon of Z generation's self-confidence, especially beauty content creators in Jakarta and its relation to intrapersonal communication in growing their self-confidence.

Various matters related to communication will be managed by a communication process called communication management. In this case the communication in question is group communication, mass communication or interpersonal communication. Before communicating with others, the need to have knowledge and understanding of oneself is very important to succeed in managing communication, especially communication with oneself. The self is the intrapersonal part of the communication model, like the deepest layer in a Matryoshka doll, representing the self. Knowing and understanding oneself is necessary for effective self-management.

The approach used in this study is a qualitative approach using phenomenological methods through in-depth interviews.

The results showed that informants' self-confidence grew after going through four stages of intrapersonal communication, namely sensation (feeling happy when they received praise and positive responses), perception (motivating them to continue creating content), memory (remembering the latest trends in the beauty industry, and thinking (thinking to maintain confidence and develop content).

In conclusion, after beauty content creators go through the four stages of intrapersonal communication (sensation, perception, memory and thinking), they will still feel confident. So that in the end they can create content and communicate with their audience through the content they create.

Keywords: *Intrapersonal Communication, Confidence*

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Fokus Penelitian | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2. Kajian Teoretis | 14 |
| 2.2.2. Komunikasi Intrapersonal | 17 |
| 2.2.3. Percaya Diri | 21 |
| 2.2.4. Generasi Z | 24 |
| 2.2.5. <i>Beauty Content Creator</i> | 25 |
| BAB III | 28 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 28 |
| 3.1. Paradigma Penelitian | 28 |
| 3.2. Metode Penelitian | 28 |
| 3.3. Subjek Penelitian | 29 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 3.4.1. Data Primer | 31 |
| 3.4.2. Data Sekunder | 31 |
| 3.5. Teknik Analisis Data | 32 |

| | |
|--|----|
| 3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 33 |
| BAB IV | 34 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 34 |
| 4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian | 34 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian 1 | 34 |
| 4.1.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian 2 | 36 |
| 4.2.3. Gambaran Umum Subjek Penelitian 3 | 38 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 41 |
| 4.3. Pembahasan | 57 |
| BAB V | 62 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 62 |
| 5.1. Kesimpulan | 62 |
| 5.2. Saran | 63 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 63 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |
| LAMPIRAN 1: | 66 |
| Skrip Wawancara | 66 |
| LAMPIRAN 2: | 78 |
| Dokumentasi Wawancara | 78 |
| LAMPIRAN 3: | 81 |
| Curriculum Vitae | 81 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 Model Manajemen Komunikasi Michael Kaye | 15 |
| Gambar 2 Model Analisis Data Miles & Huberman | 32 |
| Gambar 3 Profile Instagram Subjek Penelitian 1 | 34 |
| Gambar 4 Konten Instagram Subjek Penelitian 1 | 35 |
| Gambar 5 Profile Instagram Subjek Penelitian 2 | 36 |
| Gambar 6 Konten Instagram Subjek Penelitian 2 | 37 |
| Gambar 7 Story Instagram Subjem Penelitian 2 | 38 |
| Gambar 8 Profile Instagram Subjek Penelitian 3 | 39 |
| Gambar 9 Konten Instagram Subjek Penelitian 4 | 39 |



DAFTAR TABEL

| | |
|------------------------------|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| Tabel 2 Subjek Penelitian | 30 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|----------------------------------|----|
| Lampiran 1 Naskah Wawancara | 66 |
| Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara | 78 |
| Lampiran 3 Curriculum Vitae | 81 |

