

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*