



**MOTIF REMAJA WANITA MENGGUNAKAN KOSMETIK  
PADA PEMBUATAN KONTEN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**  
(Studi Kasus Pada Remaja Wanita Pengguna TikTok)

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

**RANI OCTAVIA**

**44219110127**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rani Octavia  
NIM : 44219110127  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Motif Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Pada Pembuatan Konten Di Media Sosial TikTok (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Pengguna TikTok)

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, 26 Agustus 2023



Rani Octavia

## HALAMAN PENGESAHAN I PEMBIMBING

### HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rani Octavia

NIM : 44219110127

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Motif Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Pada Pembuatan Konten Di Media Sosial TikTok (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Pengguna TikTok)

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

Disahkan Oleh:

Pembimbing I  
NIDN

: Anindita, S.Pd, M.Ikom  
: 0306018903

Ketua Penguji  
NIDN

: Riswandi, M.Si  
: 0309065903

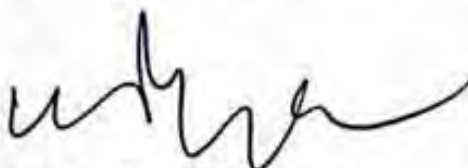
Penguji Ahli  
NIDN

: Dr. Farid Hamid, M.Si  
: 0301117301

Jakarta, 26 Agustus 2023

Mengetahui,

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 dibawah ini:

Nama : Rani Octavia

NIM : 44219110127

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Motif Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Pada Pembuatan Konten Di Media Sosial TikTok (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Pengguna TikTok)

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, 26 Agustus 2023

Yang menyatakan,

( Rani Octavia )



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Rani Octavia  
44219110127

**MOTIF REMAJA WANITA MENGGUNAKAN KOSMETIK PADA PEMBUATAN KONTEN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Pengguna TikTok)**

Jumlah Halaman : 87 Halaman + 14 Lampiran

Jumlah Bibliografi : 21 Jurnal + 4 Buku + 32 Internet

**ABSTRAK**

Seiring perkembangan zaman, teknologi digital mampu melahirkan aplikasi-aplikasi untuk kita bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain yang bisa disebut media sosial, salah satunya TikTok.

Dalam pembuatan isi konten di TikTok ada beraga jenis konten yang dibuat, umumnya khususnya remaja wanita menggunakan kosmetik saat pembuatan konten, respon dari pengguna TikTokpun beragam ada yang bilang cantik, ada yang bilang cantik hanya menggunakan make up dan lainnya. Yang orang lain tahu hanyalah tampilannya saja tanpa tahu motif remaja wanita menggunakan kosmetik.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, menggunakan paradigma konstruktivisme karena berorientasi pada pemahaman realita yang direkonstruksi dari pengalaman dan pemaknaan masyarakat tentang dunia sosial. Subjek penelitian dipilih secara purposive sampling berdasarkan tiga kriteria hingga terpilih tiga informan. Data primer didapat dari wawancara mendalam dan observasi kepada informan, kemudian data sekunder dari dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat 2 macam motif penggunaan kosmetik di pembuatan konten TikTok yaitu Motif Intrinsiknya adanya motif menambah rasa percaya diri, menambah ketertarikan orang lain dan usaha membentuk kesan yang baik. Motif Ekstrinsiknya yaitu faktor keluarga (mengajarkan untuk tampil rapi) dan faktor sosial yang mana di era sekarang banyak wanita yang menggunakan kosmetik dikarenakan era sekarang penampilan adalah hal yang utama. Dengan motif tersebut, terlihat bahwa latar belakang, maksud dan tujuannya untuk memenuhi kebutuhan citra diri.

**Kata Kunci: Komunikasi, Interaksi Sosial, Media Sosial, Aplikasi TikTok, Motif.**



Mercu Buana University  
Faculty of Communication Science  
Public Relations Program  
Rani Octavia  
44219110127

TEENAGERE WOMEN'S MOTIVES FOR USING COSMETICS IN CREATING CONTENT ON SOCIAL MEDIA TIKTOK (Case Study of Young Female TikTok Users)

Number of Pages : 87 Pages + 8 Attachments  
Bibliography : 21 Journals + 4 Books + 32 Internet

**ABSTRACT**

Along with the times, digital technology is able to give birth to applications so that we can communicate and interact with other people which can be called social media, one of which is TikTok.

In creating content on TikTok, various types of content are created, in general, especially young women use cosmetics when creating content. The responses from TikTok users vary, some say they are beautiful, some say they are beautiful only using make-up and so on. What other people know is just how they look without knowing the motives of young women using cosmetics.

The research method used in this research is a case study with a qualitative approach, using a constructivism paradigm because it is oriented towards understanding reality that is reconstructed from experience and people's meanings about the social world. The research subjects were selected by purposive sampling based on three criteria so that three informants were selected. Primary data was obtained from in-depth interviews and observations of informants, then secondary data from documentation.

Based on the results of the study, this study obtained the results that there are 2 kinds of motives for using cosmetics in creating TikTok content, namely Intrinsic Motives where there are motives to increase self-confidence, increase interest in other people and try to form a good impression. The extrinsic motives are family factors (teaching them to look neat) and social factors where in the current era many women use cosmetics because in the current era appearance is the main thing. With these motives, it can be seen that the background, aims and objectives are to fulfill self-image needs.

**Keywords: Communication, Social Interaction, Social Media, TikTok App, Motives.**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas nikmat iman, islam dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang mengangkat judul “Motif Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Pada Pembuatan Konten Di Media Sosial TikTok (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Pengguna TikTok)”. Shalawat serta salam semoga terus tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Saya sangat bersyukur atas selesainya penyusunan skripsi ini. Tugas akhir skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini, banyak pihak yang telah berjasa membantu peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun material. Oleh karena itu dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, saran dan dengan sabar membimbing peneliti hingga skripsi ini selesai.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Riswandi, M.Si selaku Ketua Sidang Skripsi.
5. Segenap Dosen Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmunya kepada peneliti selama proses perkuliahan.
6. Ketiga informan yaitu Jessica, Sani dan Cici, saya mendapatkan informasi yang dapat dianalisis dengan baik.

7. Teristimewa untuk keluarga yaitu Ibu, Bapak, dan Kakak tercinta yang telah mendukung, memberikan hal positif, selalu membantu peneliti dalam menghadapi masalah dan yang tidak pernah berhenti mendoakan.
8. Saudara terbaik Edmon Rizky, Rahmat Kristianto, Djourdy Lazuardi, Dhea Elvira, Olivia Azzahra dan Kia yang selalu mengingatkan untuk selalu berusaha menggapai mimpi dan memberikan semangat.
9. Reni dan Ari yang selalu memberikan semangat untuk mengejar mimpi, terima kasih sudah menemani masa-masa perjuangan ini.
10. Teman-teman SMA yang telah menjadi sahabat dari sekolah hingga saat ini, terima kasih telah memberikan canda dan tawa terutama saat masa-masa perjuangan.
11. Komunitas Studio Fantasi yang telah menjadi teman mencari pengalaman hidup dari SMP hingga sekarang.
12. Teman sekelas saya yaitu Firda Usman, Sella Aprilia, Nadhira, Sonia Manullang, Annisa, Sari, Harry, Aldy, Irkhas, Karmila, Mita, Ardinar dan Restu yang selalu membuat suasana kelas menjadi ceria dan bermakna.
13. Teman-teman seperjuangan di Universitas Mercu Buana, terutama yang pernah satu kelompok bareng. Terima kasih atas kerjasamanya hingga kita bisa menyelesaikan semua tugas kuliah.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu disempurnakan. Oleh karena itu, saya mohon maaf dan selalu mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini dan peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi serta pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, 7 Juli 2023



**Rani Octavia**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	8
<b>2.2 Kajian Teoretis</b> .....	15
2.2.1 Komunikasi .....	15
2.2.2 Motif Komunikasi .....	17
2.2.3 Media Sosial .....	19
2.2.4 Media Sosial TikTok .....	22
2.2.5 Remaja .....	23
2.2.6 Kosmetik .....	24
2.2.7 Media Sosial TikTok sebagai tempat untuk mengekspresikan diri .....	25
2.2.8 Teori Motivasi Hierarki .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	28
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	28
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	29
<b>3.3 Subjek Penelitian</b> .....	30
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	34
<b>3.5 Teknik Analisa Data</b> .....	35
<b>3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	38
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	38
4.1.1 Cara mengakses aplikasi TikTok .....	39
4.1.2 Menu Pada Aplikasi TikTok .....	41
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	45

4.2.1	Latar Belakang Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Pada Pembuatan Konten Di Media Sosial TikTok.....	46
4.2.2	Tujuan Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Dalam Pembuatan Konten TikTok.....	47
4.2.3	Motif Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Dalam Pembuatan Konten TikTok	49
4.2.4	Dampak Terhadap Komunikasi Yang Terjadi .....	59
4.2.5	Perilaku Menggunakan Kosmetik .....	66
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>67</b>
4.3.1	Latar Belakang Remaja Wanita Dalam Menggunakan Kosmetik Pada Pembuatan Konten TikTok.....	67
4.3.2	Motif Remaja Wanita Menggunakan Kosmetik Pada Pembuatan Konten Di TikTok.....	69
4.3.3	Motivasi Hierarki Dalam Pembuatan Konten TikTok .....	72
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>74</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>76</b>
5.2.1	Saran Akademis .....	76
5.2.2	Saran Praktis .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>		<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu – Jurnal Nasional .....	11
Tabel 2.1.2 Penelitian Terdahulu – Jurnal Internasional .....	14
Tabel 4.2.3.1 Motif Intrinsik – Motif Menambah Rasa Percaya Diri...	51
Tabel 4.2.3.1.2 Motif Intrinsik – Motif Menambah Ketertarikan .....	53
Tabel 4.2.3.1.3 Motif Intrinsik – Motif Membentuk Kesan Yang Baik ..	55
Tabel 4.2.3.2 Motif Ekstrinsik – Faktor Keluarga .....	56
Tabel 4.2.3.2.2 Motif Ekstrinsik – Faktor Sosial .....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.8 Sistem hierarki .....	27
Gambar 3.3 Profil TikTok informan 1 .....	31
Gambar 3.3.2 Profil TikTok informan 2 .....	32
Gambar 3.3.3 Profil TikTok informan 3 .....	33
Gambar 4.1.1 Website TikTok dan Aplikasi TikTok PC .....	39
Gambar 4.1.1.2 Aplikasi TikTok Mobile Phone .....	40
Gambar 4.1.2 Tampilan menu TikTok pada Mobile Phone .....	41
Gambar 4.1.2.2 Tampilan menu interaksi pada konten .....	44
Gambar 4.2.4.1 Dampak terhadap komunikasi yang terjadi di akun TikTok Jessica Effendy .....	62
Gambar 4.2.4.2 Dampak terhadap komunikasi yang terjadi di akun TikTok Sani Maulia .....	64
Gambar 4.2.4.3 Dampak terhadap komunikasi yang terjadi di akun TikTok Cici Putri .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara .....	83
Transkrip Wawancara .....	84
Curriculum Vitae .....	95

