



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.