



JUDUL SKRIPSI:

**PENGALAMAN KONTEN KREATOR MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK DALAM MEMBANGUN TREN MODE BUSANA PEREMPUAN
GENERASI Z.**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama: Azzahra Via Tanaro

NIM: 1910411261



**PROGTAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLOTIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

NAMA : Azzahra Via Tanaro

NIM : 1910411261

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Juni 2023

Yang Menyatakan,

A 1000 Rupiah postage stamp from Indonesia, featuring a signature in black ink. The stamp includes the text '1000', 'METERAL', and 'POSTAL'.

Azzahra Via Tanaro

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzahra Via Tanaro
NIM : 1910411261
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGALAMAN KONTEN KREATOR MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK DALAM MEMBANGUN TREN MODE BUSANA PEREMPUAN
GENERASI Z.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkala data (*database*), merawat dan mempublikasi skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juni 2023

Yang menyatakan,



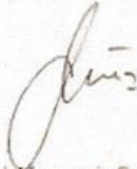
Azzahra Via Tanaro

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Azzahra Via Tanaro
NIM : 1910411261
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengalaman Konten Kreator Menggunakan Media Sosial
Tiktok dalam Membangun Tren Mode Busana Perempuan
Generasi Z.

Telah berhasil dipertahankan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dian Tri Hapsari, S.Sos., M.Si.

Penguji 1



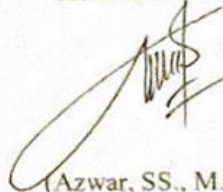
Dra. Siti Maryam, M.Si.

Penguji 2



Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Azwar, SS., M.Si.)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Juli 2023

PENGALAMAN KONTEN KREATOR MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMBANGUN TREN MODE BUSANA PEREMPUAN GENERASI Z

AZZAHRA VIA TANARO

ABSTRAK

Maraknya kemunculan konten kreator menjadi sebuah fenomena tersendiri di era digital. Di akhir tahun 2019, TikTok menjadi aplikasi yang populer dikalangan konten kreator muda khususnya pada bidang *fashion*. Dari popularitas konten *fashion* pada TikTok, muncul tren-tren busana yang melibatkan para konten kreator khususnya Generasi Z. **Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui pengalaman, motif, dan makna para kreator di bidang *fashion* menggunakan media sosial TikTok dalam membangun tren mode busana perempuan Generasi Z dengan menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz. **Metode yang digunakan** ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. **Untuk mendapatkan data**, penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Peneliti menggunakan empat tahapan analisis data menurut Miles & Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi. **Hasil penelitian** melibatkan lima informan dan mendapatkan data bahwa pengalaman, motif, dan makna disampaikan oleh konten kreator bervariasi. Motif keikutsertaan dalam membangun tren busana di TikTok termasuk kesesuaian dengan selera *fashion* pribadi, menarik perhatian audiens, meningkatkan *engagement* akun, dan FOMO. Makna membangun tren busana di TikTok melibatkan pengembangan industri *fashion* dan UMKM, antusiasme, dan ekspresi diri. Pengalaman konten kreator terdiri dari tiga tema yaitu: proses pengolahan konten, pesan utama yang disampaikan, dan tantangan. **Penelitian ini menyimpulkan** bahwa TikTok sebagai media sosial memiliki kesesuaian karakteristik dengan Generasi Z dan memiliki fitur yang menunjang para konten kreator di bidang *fashion*. Konten kreator bidang *fashion* Generasi Z memiliki motif dan makna tersendiri dalam menggunakan media sosial TikTok berdasarkan pengalaman pribadi yang mereka alami.

Kata kunci: Konten kreator, TikTok, tren busana, fenomenologi

**THE EXPERIENCE OF CONTENT CREATORS ON THE USE OF TIKTOK
IN SHAPING GENERATION Z WOMEN'S FASHION TRENDS**

AZZAHRA VIA TANARO

ABSTRACT

*The prevalence of content creators has become a phenomenon in the digital era. By the end of 2019, TikTok emerged as a popular platform among young content creators, especially in the fashion field. From the popularity of fashion content on TikTok, fashion trends involving content creators, particularly from Generation Z, have emerged. **This study aims to** explore the experiences, motives, and meanings of fashion content creators using TikTok as a medium to create fashion trends for Generation Z women, employing Alfred Schutz's Phenomenology Theory. **A qualitative research method** with a phenomenological approach was utilized, and purposive sampling was employed for participant selection. **Data were collected** through in-depth interviews, observations, documentation, and literature studies. **Data analysis followed** the four stages of data analysis proposed by Miles & Huberman: data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions/verification. **The study involved five informants**, and the data revealed that the experiences, motives, and meanings conveyed by content creators varied. Motives for participating in fashion trend building on TikTok included personal fashion preferences, attracting audience attention, increasing account engagement, and FOMO (Fear of Missing Out). The meanings of building fashion trends on TikTok involved fostering the fashion industry and SMEs (Small and Medium Enterprises), enthusiasm, and self-expression. The content creators' experiences encompassed three themes: content creation process, main messages conveyed, and challenges faced. **The study concludes** that TikTok, as a social media platform, aligns with the characteristics of Generation Z and provides features that support fashion content creators. Fashion content creators from Generation Z have their own motives and meanings in using TikTok as a social media platform, based on their personal experiences.*

Keywords: Content creator, TikTok, fashion trends, phenomenology

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Subahanahu Wa Ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul penelitian skripsi ini yang dilaksanakan sejak September 2022 adalah berjudul "Pengalaman Konten Kreator Menggunakan Media Sosial Tiktok dalam Membangun Tren Mode Busana Perempuan Generasi Z". Penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan strata satu program studi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN Veteran Jakarta. Pada penulisan dan penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Dengan rasa hormat, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si., selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta.
2. Azwar, SS., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, UPN Veteran Jakarta.
3. Dian Trihapsari, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing satu, dengan arahan beliau, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
4. Keluarga penulis yang tanpa hentinya memberikan dukungan dan doa selama penelitian dan penyusunan skripsi.
5. Rekan dan seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Penyusunan dan penelitian ini telah disusun sebaik-baiknya, namun tentu tidak ada kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti bersikap terbuka atas kritik dan sarannya.

Jakarta, 25 Juni 2023



Azzahra Via Tanaro

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Penelitian	9
2.1.1 New Media	9
2.1.2 Motif Penggunaan Media	9
2.1.3 Pengalaman Penggunaan Media Sosial	10
2.1.3 Konten Kreator	12
2.1.4 Media Sosial TikTok	14
2.1.5 Generasi Z	19
2.2 Teori Penelitian	22
2.2.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Sumber Data	29
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	33

4.1.2 Deskripsi Informan	34
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.3 Pembahasan Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok (2020 – 2022).....	2
Gambar 2. Data Generasi Z Pengguna TikTok Indonesia	3
Gambar 3. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015 — 2023)	11
Gambar 4. Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 5. Akun TikTok FN.....	34
Gambar 6. Akun TikTok SH.....	35
Gambar 7. Akun TikTok ZN.....	36
Gambar 8. Akun TikTok CN	37
Gambar 9. Akun TikTok EM	38
Gambar 11. Motif Konten Kreator Menggunakan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penyalpaian Konten Digital	40
Gambar 12. Fitur-Fitur Pendukung Konten Kreator pada Media Sosial TikTok	44
Gambar 13. Motif Pemilihan Topik Fashion Pada Media Sosial TikTok.....	47
Gambar 14. Motif Keikutsertaan dalam Membangun Tren Busana pada Media Sosial TikTok.....	50
Gambar 15. Makna Membangun Tren Busana pada Media Sosial TikTok.....	53
Gambar 16. Proses Penyalpaian Informasi Konten Kreator pada Media Sosial TikTok	57
Gambar 17. Pesan Konten <i>Fashion</i> yang Disajikan Konten Kreator pada Media Sosial TikTok.....	60
Gambar 18. Tantangan Penyalpaian Tren Busana pada Media Sosial TikTok...64	
Gambar 19. Bentuk Konten Kreator atas Dukungan Terhadap Produk Lokal.....74	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Informan Penelitian	30
Tabel 2. Tabel Rencana Waktu	32
Tabel 3. Motif Konten Kreator Menggunakan Media Sosial Tiktok sebagai Media Penyampaian Konten	43
Tabel 4. Fitur-Fitur Pendukung Konten Kreator pada Media Sosial TikTok ..	46
Tabel 5. Motif Pemilihan Topik Fashion Pada Media Sosial TikTok	49
Tabel 6. Motif Keikutsertaan dalam Membangun Tren Busana pada Media Sosial TikTok	53
Tabel 7. Makna Konten Kreator Membangun Tren Busana pada Media Sosial TikTok	56
Tabel 8. Pesan Konten Fashion yang Disajikan Konten Kreator pada Media Sosial TikTok	63
Tabel 9. Tantangan Penyampaian Tren Busana Pada Media Sosial TikTok ...	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Sertifikat Nilai Toefl.....
- Lampiran 2. Sertifikat Bukti Seminar Nasional.....
- Lampiran 3. Riwayat Hidup.....
- Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....
- Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara