

# Wardāh

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**KONSTRUKSI PENGALAMAN KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM  
MENGUNAKAN WARDAH SEBAGAI BRAND LOKAL YANG TETAP  
RELEVAN**

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

Nama : Dwi Fitria Ningsih

NIM : 2210411055



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Dwi Fitria Ningsih  
NIM : 2210411055  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Konstruksi Pengalaman Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Wardah sebagai Brand Lokal yang Tetap Relevan

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 8X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing

  
(Lusia Handayani, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 10 Juli 2026

# LEMBAR ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dwi Fitria Ningsih

NIM : 2210411055

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, Juni 2026

Yang menyatakan,



Dwi Fitria Ningsih

# PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dwi Fitria Ningsih  
NIM : 2210411055  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, 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:

### KONSTRUKSI PENGALAMAN KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM MENGUNAKAN WARDAH SEBAGAI BRAND LOKAL YANG TETAP RELEVAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 1 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Dwi Fitria Ningsih

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Dwi Fitria Ningsih  
NIM : 2210411055  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Konstruksi Pengalaman Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Wardah sebagai Brand Lokal yang Tetap Relevan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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

(Lusia Handayani, S.I.Kom., M.Si.)

Penguji 1

(Windhi Tia Saputra, S.Sos., M.Si.)

Penguji 2

(Puri Bestari Mardani, S.Hum., M.Si.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 10 Juli 2026

## ABSTRAK

Generasi Z perempuan merupakan pasar potensial di industri kosmetik dengan jumlah yang relatif besar dibandingkan dengan generasi lain. Penelitian ini berangkat dari fenomena bahwa Wardah sebagai brand lokal yang telah lama hadir di Indonesia tetap mampu bertahan dan digunakan oleh Generasi Z di tengah persaingan brand global dan tren kecantikan yang terus berubah. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting dalam kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam perspektif fenomenologi komunikasi, yaitu bagaimana Generasi Z mengalami dan memaknai penggunaan Wardah dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengalaman komunikasi Generasi Z dalam menggunakan Wardah yang tetap relevan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan fenomenologi untuk menggambarkan konstruksi realitas yang terjadi di Generasi Z. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu wawancara mendalam. Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang terukur dan spesifik yang dikembangkan oleh Moustakas dan Colaizzi yaitu transkrip data, horizontalisasi, pengelompokan makna, deskripsi tekstural, deskripsi struktural, dan esensi pengalaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi Generasi Z terhadap Wardah tidak terbentuk secara tunggal, melainkan melalui proses bertahap yang melibatkan keluarga, media sosial, pengalaman penggunaan produk, serta interaksi sosial. Dengan demikian, relevansi Wardah di kalangan Generasi Z tidak hanya dibangun melalui kualitas produk, tetapi juga melalui pengalaman komunikasi lintas generasi yang menciptakan kedekatan nilai, rasa aman, dan makna yang sesuai dengan kebutuhan serta identitas Generasi Z.

**Kata Kunci:** Pengalaman Komunikasi, Generasi Z, Wardah, Fenomenologi.

## ABSTRACT

*Female Generation Z members represent a potential market in the cosmetics industry, with a relatively large population compared to other generations. This study stems from the phenomenon that Wardah, a local brand that has long been present in Indonesia, has managed to survive and remain popular among Generation Z despite competition from global brands and ever-changing beauty trends. This raises an important question in the field of Communication Studies, particularly from the perspective of communication phenomenology: how Generation Z experiences and interprets the use of Wardah in their daily lives. This study aims to understand how Generation Z's communication experiences in using Wardah remain relevant. The research methodology employed is qualitative, utilizing phenomenology to describe the construction of reality among Generation Z. The data collection techniques used include interviews and observation. This study employs a measurable and specific data analysis method developed by Moustakas and Colaizzi, namely data transcription, horizontalization, clustering of meanings, textural description, structural description, and the essence of experience. The results of the study indicate that Generation Z's communication experiences with Wardah are not formed in isolation but rather through a gradual process that involves family, social media, product usage experiences, and social interactions. Wardah's relevance among Generation Z is built not only through product quality but also through cross-generational communication experiences that foster a sense of shared values, security, and meaning aligned with the needs and identity of Generation Z.*

**Keywords:** Communication Experience, Generation Z, Wardah, Phenomenology.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “*Konstruksi Pengalaman Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Wardah sebagai Brand Lokal yang Tetap Relevan*”. Penelitian ini dilaksanakan sejak September 2025 hingga Juni 2026.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt. Tuhan yang Maha Penolong, yang senantiasa memberikan kekuatan dan petunjuk bagi penulis selama hidup penulis.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
3. Ibu Lusia Handayani, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan, dan saran yang diberikan selama proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Windhi Tia Saputra, M.Si. dan Ibu Puri Bestari Mardani, M.Si. selaku dosen penguji, atas kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini dapat disusun dengan lebih baik.
5. Ibu Dr. Witanti Prihatiningsih, S.I. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
6. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh Pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi

7. Kedua orang tua penulis, Saripudin dan Siti Suryani, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun materiil yang telah menjadi motivasi penulis untuk menjalankan studi dan dapat menyelesaikan skripsi ini,
8. Diri penulis sendiri, yang telah berusaha sebaik mungkin untuk menyusun skripsi ini.
9. Adik-adik penulis, Syakira Falisha Ramadhani dan Fauzan Alfarizqi, beserta nenek, kakek, dan paman yang telah memberikan dukungan doa serta motivasi selama penulis menjalankan studi dan menyusun skripsi ini.
10. Sahabat dan teman-teman kuliah yang telah memberikan semangat, dukungan, dalam berbagai bentuk, serta telah kebersamaan penulis dari semester awal hingga semester akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh sebab itu, penulis menerima dengan terbuka kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

## DAFTAR ISI

|                                             |      |
|---------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR ..... | ii   |
| LEMBAR ORISINALITAS .....                   | iii  |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....      | iv   |
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....         | v    |
| KATA PENGANTAR .....                        | viii |
| DAFTAR ISI.....                             | x    |
| DAFTAR TABEL.....                           | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                         | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                       | xiv  |
| BAB I.....                                  | 1    |
| PENDAHULUAN .....                           | 1    |
| 1.1    Latar Belakang .....                 | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                | 5    |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....               | 5    |
| 1.3.1    Tujuan Praktis .....               | 5    |
| 1.3.2    Tujuan Teoritis.....               | 6    |
| 1.4    Manfaat Penelitian.....              | 6    |
| 1.4.1    Manfaat Praktis .....              | 6    |
| 1.4.2    Manfaat Akademis.....              | 6    |
| 1.5    Sistematika Penulisan.....           | 6    |
| BAB II.....                                 | 8    |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                      | 8    |
| 2.1    Konsep Penelitian.....               | 8    |
| 2.1.1    Fenomenologi .....                 | 8    |
| 2.1.2    Fenomenologi Komunikasi.....       | 11   |
| 2.1.3    Generasi Z.....                    | 14   |
| 2.1.4    Brand Lokal .....                  | 21   |
| 2.3    Kerangka Berpikir .....              | 24   |
| BAB III .....                               | 26   |
| METODE PENELITIAN.....                      | 26   |
| 3.1    Objek Penelitian .....               | 26   |

|                            |                                                             |    |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------|----|
| 3.2                        | Paradigma Penelitian .....                                  | 26 |
| 3.3                        | Teknik Pengumpulan Data .....                               | 28 |
| 3.4                        | Sumber Data .....                                           | 29 |
| 3.5                        | Teknik Analisis Data .....                                  | 30 |
| 3.6                        | Tabel Rencana Waktu .....                                   | 31 |
| BAB IV .....               |                                                             | 32 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN ..... |                                                             | 32 |
| 4.1                        | Deskripsi Objek Penelitian .....                            | 32 |
| 4.2                        | Hasil Penelitian .....                                      | 33 |
| 4.2.1                      | Analisis .....                                              | 34 |
| 4.2.2                      | Tema-tema Pengalaman Komunikasi .....                       | 42 |
| 4.2.3                      | Deskripsi Tekstural (What).....                             | 48 |
| 4.2.4                      | Deskripsi Struktural (How).....                             | 53 |
| 4.3                        | Pembahasan .....                                            | 59 |
| 4.3.1                      | Pengalaman Pertama Menggunakan Wardah .....                 | 59 |
| 4.3.2                      | Pengalaman Berinteraksi dengan Wardah .....                 | 61 |
| 4.3.3                      | Makna Penggunaan Wardah bagi Generasi Z.....                | 63 |
| 4.4                        | Pengalaman Penggunaan Produk dan Pengalaman Komunikasi..... | 70 |
| 4.5                        | Alasan di Balik Pengalaman Informan.....                    | 71 |
| 4.6                        | Esensi Pengalaman .....                                     | 72 |
| BAB V .....                |                                                             | 75 |
| KESIMPULAN DAN SARAN ..... |                                                             | 75 |
| 5.1                        | Kesimpulan.....                                             | 75 |
| 5.2                        | Saran .....                                                 | 76 |
| 5.2.1                      | Saran Praktis .....                                         | 76 |
| 5.2.2                      | Saran Teoritis.....                                         | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA .....       |                                                             | 78 |
| RIWAYAT HIDUP .....        |                                                             | 82 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 3. 1</b> Tabel Rencana Waktu.....                            | 30 |
| <b>Tabel 4. 1</b> Tema dan Pernyataan Bermakna.....                   | 34 |
| <b>Tabel 4. 2</b> Alasan dan Tindakan Setelah Menggunakan Wardah..... | 63 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 “Grafik Kerangka Berpikir”..... | 24 |
|---------------------------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....                            | 82  |
| Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....                           | 92  |
| Lampiran 3 Lembar Kegiatan Harian (Log Book) Tugas Akhir..... | 127 |