

## DAFTAR REFERENSI

- Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130. <https://doi.org/10.47233/jtekstis.v3i1.189>
- Castells, M. (2010). The Power of Identity Claims. In *The Power of Identity Claims* (2nd ed.). A John Wiley & Sons, Ltd., Publication. <https://doi.org/10.4324/9781003011590-1>
- Devi, E., & Indryawati, R. (2020). Trust dan Self Disclosure pada Remaja Putri Pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi*, 13(2), 118–132.
- DeVito, J. A. (2007). *The Interpersonal Communication Book* (11th ed.). Pearson Education, Inc.
- Fadilla, S., Setiaman, A., & Karimah, K. El. (2023). Keterbukaan diri pengguna aplikasi kencan online Bumble dalam Mencari Pasangan. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 102–118.
- Floyd, K. (2009). *Interpersonal Communication The Whole Story*. McGraw-Hill.
- Gainau, M. B. (2009). Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Siswa Dalam Perspektif Budaya Dan Implikasinya Bagi Konseling. *Jurnal Ilmiah Widya Warta*, 33(1), 1–18.
- Gunadi, A. J. (2018). Konsep Diri Para Pengguna Handphone Kalangan Pelajar SMA Era Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 1(2).
- Hayuningrat, P. S. (2010). *Media Literacy Khalayak Dewasa Dini Pada Tayangan Reality Show Di Televisi: Studi Kasus Pada Khalayak Show Orang Ketiga*. Universitas Indonesia.
- Kemenperin. (2018). *Pertumbuhan Industri Kosmetik Nasional*. Ikft.Kemenperin.Go.Id. <http://ikft.kemenperin.go.id/pertumbuhan-industri-kosmetik-nasional/>
- Lau, W. M., De Run, E. C., & Jee, T. W. (2018). Metrosexual Identity: Perception of Malaysian Male Consumers Towards Cosmetic and Skincare Product. *Journal of Borneo-Kalimantan*, 3(1), 88–97. <https://doi.org/10.33736/jbk.620.2017>
- Leung, L. (2002). Loneliness, Self-Disclosure, and ICQ (“I Seek You”) Use.

- Cyber Psychology & Behavior, 5(3).*
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology, 31*, 110–115. <https://doi.org/10.1016/J.COPSYC.2019.08.019>
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mustari, T. N. A. (2020). *konsep diri dan self disclosure mahasiswi perokok di Universitas Hasanuddin* [Universitas Hasanuddin].  
[http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/2015/1/E31116008\\_skripsi\\_28-08-2020.cover1.jpg](http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/2015/1/E31116008_skripsi_28-08-2020.cover1.jpg)
- Pradani, A. T., & Suhanti, I. Y. (2020). Persepsi Sosial Laki-Laki Terhadap Perilaku Male Grooming Male Social Perception of Male Grooming Behavior. *Motiva : Jurnal Psikologi, 3*(2), 43–51.
- Rahayu, P. B., Andriansyah, & Dhahir, D. F. (2021). Konsep Diri Dan Self disclosure Pegawai Honorer dalam Komunikasi Antar Pribadi dengan Pegawai Negeri Sipil Self-Concept and Self-Disclosure for Honorary Employees in Interpersonal Communication with Civil Servants. *Jurnal Perkommas, 6*(2), 59–65. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060208>
- Ritawaty, N. (2017). Pengaruh Strategi Marketing Mix . Karakteristik Demografi Dan Pengetahuan Terhadap Pilihan Konsumen Membeli Produk The Body Shop. *Kindai, 13*(1), 30–36.
- Riza, A., & Perbowani, P. S. (2021). Endorser Laki-Laki Produk Kosmetik Perempuan Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak. *Jurnal Komunikasi, 15*(2), 79–90. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss2.art1>
- Salshabilla, A.-Z. (2023). *Self Disclosure Dalam Komunikasi Interpersonal Pada Aplikasi Kencan OkCupid (Studi Pada Mahasiswa Perempuan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional)* [Universitas Nasional].  
<http://repository.unas.ac.id/8109/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Lukitasari, L., & Sari, W. T. (2020). Pengaruh Kesukaan Merek dan Konsep Diri Terhadap Intensi Pembelian Ulang Pada Fashion. *Festival Riset Manajemen Dan Akuntansi, 3*, 800–811.

West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (3rd ed.). Salemba Humanika.

Wood, J. T. (2012). *Komunikasi Teori dan Praktik*. Salemba Humanika.



## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

#### Transkrip Wawancara

#### PERTANYAAN DAN WAWANCARA INFORMAN 1

Nama : Muhammad Al Farel Daffa Raihan

Usia : 21 Tahun

Pendidikan / Pekerjaan : Mahasiswa / Staff Admin

##### 1. Konsep Diri terkait Penggunaan Produk PIXY:

- a. Bagaimana Anda melihat diri **Anda** sebagai laki-laki dalam konteks menggunakan produk kecantikan, khususnya produk PIXY?

*Menurut saya, dalam konteks penggunaan produk kecantikan, pandangan mengenai maskulinitas dapat bervariasi bagi tiap individu. Beberapa laki-laki mungkin merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan produk kecantikan, sementara yang lain mungkin merasa tidak nyaman atau malu mendengar stigma Masyarakat yang memandang produk kecantikan hanya untuk perempuan. Penting untuk diingat bahwa penggunaan produk kecantikan adalah pilihan personal, jadi tidak ada aturan khusus tentang bagaimana seorang laki-laki seharusnya melihat dirinya dalam konteks ini. Alasan saya memilih produk PIXY adalah karena PIXY merupakan produk yang berkualitas dan diklaim dapat merawat serta melindungi kulit dan membuat kulit saya menjadi lebih baik.*

##### 2. Pengalaman dan Interaksi dengan Produk PIXY:

- a. Apa yang mendorong Anda untuk pertama kali mencoba produk PIXY?

*Karena dari berbagai produk kecantikan yang ada, hanya PIXY yang cocok dengan kriteria kulit saya*

- b. Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan produk PIXY?

*saya biasanya menggunakan produk PIXY serum sheet mask. Produk sheet mask ini membuat tekstur kulit saya menjadi lembut dan halus, serta melembabkan dan membuat kulit menjadi lebih sejuk. Terkadang saya juga menggunakan PIXY aqua protecting mist sebelum saya keluar rumah untuk berangkat kuliah lalu lanjut kerja pada malam hari karena produk ini mengklaim uv protection agar kulit saya tidak terbakar sinar matahari, dan karena aktivitas saya yang padat untuk mencegah kulit wajah saya dari kandungan minyak berlebih, di produk protecting mist ini juga ada oil control-nya. Jadi saya menggunakan PIXY aqua protecting mist pada pagi dan sore hari, lalu menggunakan PIXY sheet mask pada malam hari sebelum tidur.*

- c. Apakah Anda berbagi pengalaman Anda dengan orang lain, seperti teman atau keluarga?

*Ya, saya berbagi pengalaman penggunaan produk PIXY dengan Adik saya. Dan kebetulan adik saya Perempuan yang lebih mengerti perawatan jadi saya terkadang berkonsultasi dengan dia yang memang punya serangkaian produk PIXY.*

### 3. Tingkat Kepuasan dan Loyalisasi:

- a. Apakah Anda merasa loyal terhadap merek PIXY? Jika iya, apa alasannya?

*Alasan saya loyal dalam menggunakan produk PIXY karena PIXY memiliki hasil yang konsisten, serta cocok dengan jenis kulit saya.*

#### 4. Self-Disclosure dalam Konteks Produk PIXY

- a. Sejauh mana Anda bersedia berbicara atau berbagi informasi tentang penggunaan produk PIXY dengan orang lain?

*Saya telah berbagi informasi tentang produk PIXY kepada teman kuliah dan keluarga saya.*

- b. Apakah ada faktor tertentu yang memengaruhi tingkat keterbukaan Anda terkait produk ini?

*Tentu saja, karena PIXY memiliki sertifikasi halal, kemasan yang menarik, kandungannya juga dari bahan-bahan yang berkualitas, dan dengan harga yang cukup netral.*

#### 5. Persepsi Orang Lain terhadap Penggunaan Produk PIXY:

- a. Bagaimana reaksi orang lain terhadap Anda menggunakan produk PIXY sebagai seorang laki-laki?

*Saya banyak mendapatkan respons dan tanggapan yang positif dari orang lain, teman, serta keluarga. Karena setelah saya mulai konsisten dan rutin menggunakan produk PIXY, saya merasa lebih percaya diri. Hasilnya juga cukup kelihatan dan banyak yang ngasih puji. Jadi yaudah, lanjut aja pakai PIXY terus.*

- b. Apakah Anda merasa ada tekanan sosial atau stigma terkait penggunaan produk kecantikan?

*Sejauh ini tidak ada, saya tidak merasakan adanya tekanan sosial ataupun stigma negatif dari orang lain berkaitan dengan penggunaan produk kecantikan yang saya gunakan.*

## 6. Harapan dan Pengembangan Produk PIXY :

- a. Apakah Anda memiliki harapan atau saran untuk pengembangan produk PIXY di masa mendatang?

*Tentu saja, banyak sekali harapan dan juga saran untuk pengembangan produk PIXY untuk kedepannya. Saya harap PIXY bisa meningkatkan kualitas produk dan juga berfokus pada pengembangan skincare. Saya yakin, dengan terus memperbaiki kualitas produk, PIXY bisa semakin disukai oleh banyak masyarakat Indonesia atau bahkan mendunia.*

- b. Apakah ada fitur atau inovasi tertentu yang Anda ingin lihat pada produk PIXY?

*Harapan saya sebagai customer loyal PIXY yaitu PIXY dapat memberikan inovasi produk kosmetik yang sesuai dengan perkembangan tren dan kebutuhan customer.*

### Informan 2

Nama : Muhammad Rizky Perdana Fahmi Putra

Usia : 24 Tahun

Pendidikan / Pekerjaan : Mahasiswa

## 1. Konsep Diri terkait Penggunaan Produk PIXY:

- a. Bagaimana Anda melihat diri Anda sebagai laki-laki dalam konteks menggunakan produk kecantikan, khususnya produk PIXY?

*Bagi pandangan saya itu sebagai sesuatu yang biasa aja sih. Laki-laki kan juga bisa peduli sama penampilan. Saya sih melihatnya sebagai hal yang lumrah aja. Laki-laki juga butuh perawatan dan produk kecantikan untuk ngejaga penampilan. Jadi buat saya, nggak ada yang aneh atau nggak biasa soal pemakaian produk kecantikan. Yang penting nyaman dan hasilnya memuaskan.*

## 2. Pengalaman dan Interaksi dengan Produk PIXY:

- a. Apa yang mendorong Anda untuk pertama kali mencoba produk PIXY?

*Awalnya karena penasaran dengar banyak review bagusnya. Jadi akhirnya iseng beli deh buat Cobain. Ada juga yang bilang kualitasnya oke banget untuk harga segitu. Jadi, review dan rekomendasi orang-orang sekitar saya yang jadi pendorong utama saya mencoba produk PIXY.*

- b. Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan produk PIXY?

*Pengalaman sih oke setelah pemakaian. Gak terlalu ribet dan nyaman dipakai. Kalo untuk produk yang saya pakai itu serangkaian skincarenya sama PIXY concealing base buat nutupin kantung mata dan bekas noda jerawat. Dan untungnya PIXY ini banyak varian shade yang cocok untuk kulit orang Indonesia jadi ga takut shade nya keterangan atau kegelapan.*

- c. Apakah Anda berbagi pengalaman Anda dengan orang lain, seperti teman atau keluarga?

*Iya, sering juga cerita sama teman-teman soal produk PIXY ini. Dari skincare ataupun makeup.*

## 3. Tingkat Kepuasan dan Loyalisasi:

- Apakah Anda merasa loyal terhadap merek PIXY? Jika iya, apa alasannya?

*Lumayan bagus jadi suka langganan beli produk PIXY tiap bulan. Udah gitu PIXY juga cocok dengan jenis kulit saya dan harganya terjangkau, gak bikin kantong bolong. Kalo ada produk baru, saya pasti cobain.*

#### 4. Self-Disclosure dalam Konteks Produk PIXY

- Sejauh mana Anda bersedia berbicara atau berbagi informasi tentang penggunaan produk PIXY dengan orang lain?

*Saya sih terbuka soal pemakaian ini sama teman-teman. Kadang juga teman-teman saya suka nanyain shade yang saya pakai.*

- Apakah ada faktor tertentu yang memengaruhi tingkat keterbukaan Anda terkait produk ini?

*Iya sih, ada beberapa faktor sih yang ngaruh. Misalnya, kalo saya udah percaya sama kualitas produknya dan merasa nyaman pake PIXY, pasti lebih mudah buat saya buka soal pengalaman pake produk ini sama orang lain. Selain itu, kalo ada feedback positif dari teman-teman tentang produknya, itu juga bikin saya lebih terbuka buat ngomongin soal penggunaan skincare dan makeupnya PIXY. Jadi, intinya, kepercayaan sama feedback positif itu jadi faktor yang paling ngaruh buat keterbukaan saya soal produk ini.*

#### 5. Persepsi Orang Lain terhadap Penggunaan Produk PIXY:

- Bagaimana reaksi orang lain terhadap Anda menggunakan produk PIXY sebagai seorang laki-laki?

*Awalnya pada kaget banget sih. Tapi ya udah, lama-lama juga pada biasa aja.*

- b. Apakah Anda merasa ada tekanan sosial atau stigma terkait penggunaan produk kecantikan?

*Saya gak peduli sih tentang tekanan sosial atau stigma, yang penting di diri saya nyaman aja.*

6. Harapan dan Pengembangan Produk PIXY :

- a. Apakah Anda memiliki harapan atau saran untuk pengembangan produk PIXY di masa mendatang?

*Nggak sih, sejauh ini PIXY udah oke banget buat saya. Tapi kalo ada tambahan pilihan shade yang lebih banyak, mungkin bakal jadi tambah menarik buat para pengguna.*

- b. Apakah ada fitur atau inovasi tertentu yang Anda ingin lihat pada produk PIXY?

*Kalo boleh ngasih saran, mungkin PIXY bisa nambahin fitur yang bikin produknya lebih tahan lama di wajah, apalagi buat yang punya aktivitas padat seharian kayak saya. Jadi, kalo bisa bikin formulanya lebih tahan lama, pasti jadi nilai plus banget.*

Informan 3

Nama : Tangguh Yudha Permana

Usia : 22 Tahun

Pendidikan dan Pekerjaan : S1 / Motion Graphic Designer

1. Konsep Diri terkait Penggunaan Produk PIXY:

- a. Bagaimana Anda melihat diri Anda sebagai laki-laki dalam konteks menggunakan produk kecantikan, khususnya produk PIXY?

*Saya melihat diri saya sebagai seseorang yang peduli dengan Kesehatan mental dan juga fisik, termasuk penampilan. Maka*

*dengan menggunakan produk perawatan seperti PIXY adalah sebagai Upaya saya untuk merawat diri.*

## 2. Pengalaman dan Interaksi dengan Produk PIXY:

- Apa yang mendorong Anda untuk pertama kali mencoba produk PIXY?

*Awalnya saya direkomendasikan oleh teman teman sekantor yang menggunakan produk PIXY, lalu saya tertarik melihat dari segi packagingnya yang unik dan berkelas dan melihat kulit teman saya mulus. Saya kira produknya mahal, tapi ternyata setelah saya tanya harganya murah dan terjangkau buat kalangan remaja. Maka saat itu saya langsung tertarik untuk mencoba produk PIXY.*

- Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan produk PIXY?

*Pengalaman saya saat memakai produk PIXY yaitu sensasi menyegarkan yang saya dapat dari PIXY cleansing express brightening. Saya memakai PIXY cleansing express brightening saat setelah berkendara diluar dan terkena polusi. Jadi produk tersebut sangat berfungsi untuk mengangkat debu polusi dan kotoran yang ada di wajah saya akibat berkendara saat berangkat dan sepulang kerja.*

- Apakah Anda berbagi pengalaman Anda dengan orang lain, seperti teman atau keluarga?

*Saya berbagi pengalaman dengan teman di kantor, terutama teman yang merekomendasikan saya produk PIXY.*

## 3. Tingkat Kepuasan dan Loyalisasi:

- Apakah Anda merasa loyal terhadap merek PIXY? Jika iya, apa alasannya?

*Ya tentu saja saya merasa loyal terhadap merek PIXY. Karena produknya sangat berkualitas dengan harga yang terjangkau dan bahan-bahan yang aman di kulit.*

#### 4. Self-Disclosure dalam Konteks Produk PIXY

- Sejauh mana Anda bersedia berbicara atau berbagi informasi tentang penggunaan produk PIXY dengan orang lain?

*Saya biasa berbagi informasi tentang penggunaan produk perawatan PIXY dengan teman-teman yang expert dalam perawatan kulit.*

- Apakah ada faktor tertentu yang memengaruhi tingkat keterbukaan Anda terkait produk ini?

*Faktor yang mempengaruhi keterbukaan saya tentang penggunaan produk PIXY itu karena saya ingin berbagi pengalaman positif dan bermanfaat untuk mencoba produk yang berkualitas dalam menjaga kesehatan kulit.*

#### 5. Persepsi Orang Lain terhadap Penggunaan Produk PIXY:

- Bagaimana reaksi orang lain terhadap Anda menggunakan produk PIXY sebagai seorang laki-laki?

*Reaksi orang lain tentang saya yang menggunakan produk PIXY cukup baik dan cenderung positif. Beberapa teman bahkan tertarik untuk mencoba setelah melihat hasil nyata yang terlihat pada kulit saya.*

- Apakah Anda merasa ada tekanan sosial atau stigma terkait penggunaan produk kecantikan?

*Karena ruang lingkup lingkungan di sekitar saya merupakan sekumpulan orang-orang open minded, saya tidak merasakan*

*adanya tekanan sosial. Bahkan lebih banyak yang mengapresiasi terkait sharing produk dan hasil yang telah dirasakan.*

6. Harapan dan Pengembangan Produk PIXY :

- a. Apakah Anda memiliki harapan atau saran untuk pengembangan produk PIXY di masa mendatang?

*Saya harap PIXY dapat terus menghadirkan produk yang lebih variatif. Karena dari segi perawatan wajah sudah sangat baik kualitasnya, mungkin bisa ditambahkan lagi untuk perawatan tubuh seperti body lotion, mengingat aktivitas saya cukup sering di outdoor.*

- b. Apakah ada fitur atau inovasi tertentu yang Anda ingin lihat pada produk PIXY?

*Mungkin inovasi yang ingin saya lihat itu kemasan travel size, agar bisa dibawa kemana mana bagi orang yang sering berpergian.*

## Lampiran 2

### Dokumentasi Wawancara



**Turnitin**

 **iThenticate®** Similarity Report ID: oid:3618:50881868

---

PAPER NAME	AUTHOR
<b>CHINTYA - CEK TURNITIN 1.pdf</b>	<b>chyntia rizky</b>
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
<b>16509 Words</b>	<b>106193 Characters</b>
PAGE COUNT	FILE SIZE
<b>85 Pages</b>	<b>1.2MB</b>
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
<b>Feb 1, 2024 5:58 PM GMT+7</b>	<b>Feb 1, 2024 5:59 PM GMT+7</b>

---

**● 22% Overall Similarity**  
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 22% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 6% Publications database
- Crossref Posted Content database



---

Summary