



UNIVERSITAS NASIONAL

**“Pengaruh Terpaan Konten Get Ready With Me (GRWM) pada Akun TikTok
@menterikecantikan (Michelle Halim) terhadap Motivasi Membangun Personal
Branding Generasi Z”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi

RIZKY PUJI ASTUTI

223516516104

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS NASIONAL

FEBRUARI 2026



UNIVERSITAS NASIONAL

**“The Influence of Exposure to ‘Get Ready With Me’ (GRWM) Content on the
TikTok Account @menterikecantikan (Michelle Halim) on Generation Z’s
Motivation to Develop Personal Branding.”**

THESIS

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor Degree in
Communication Science**

RIZKY PUJI ASTUTI

223516516104

DEPARTMENT SCIENCE OF COMMUNICATION

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

NATIONAL UNIVERSITY

FEBRUARY 2026

Halaman Pernyataan Orisinalitas

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Puji Astuti

NIM : 223516516104

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten 'Get Ready With Me' di Akun TikTok @menterikecantikan terhadap Motivasi Personal Branding pada Gen Z.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 13 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Rizky Puji Astuti

Halaman Persetujuan Skripsi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Puji Astuti
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten 'Get Ready With Me' di Akun
TikTok @menterikecantikan terhadap Motivasi Personal
Branding pada Gen Z
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dra. Masnah, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si

Halaman Pengesahan Skripsi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Puji Astuti
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten 'Get Ready With Me' di Akun TikTok @menterikecantikan terhadap Motivasi Personal Branding pada Gen Z
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

UNIVERSITAS NASIONAL

Disahkan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Masriah, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Rizky Puji Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Rizky Puji Astuti

NPM : 223516516104

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Get Ready With Me (GRWM) pada Akun TikTok @menterikecantikan (Michelle Halim) terhadap Motivasi membangun Personal Branding Generasi Z

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

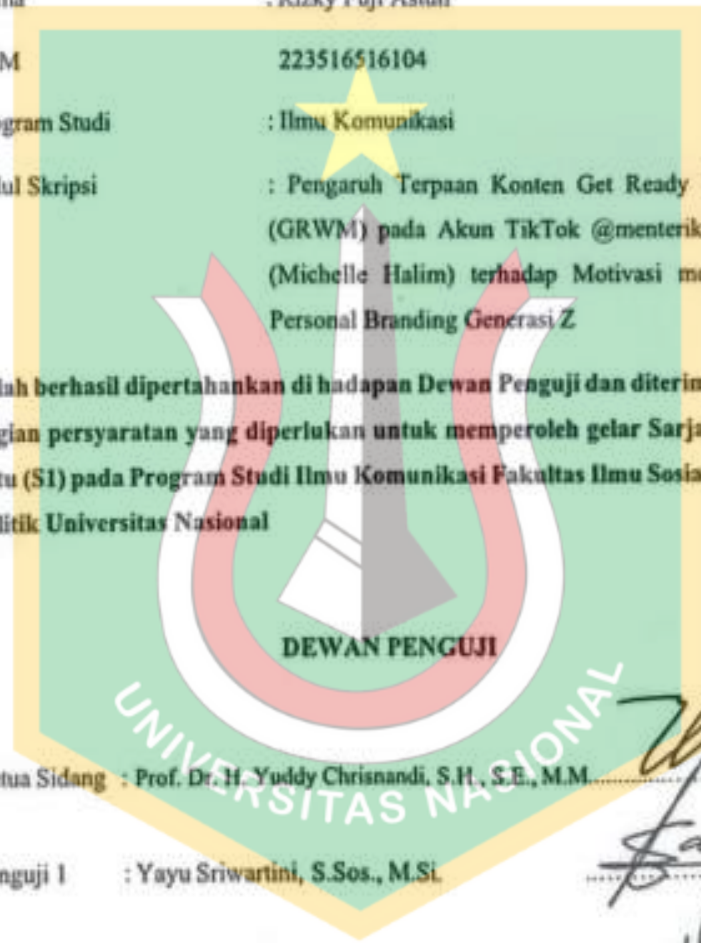
Ketua Sidang : Prof. Dr. H. Yuddy Chrisnandi, S.H., S.E., M.M.

Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Pembimbing : Dra. Masnah, M.Si.

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 10 Maret 2026



Three handwritten signatures in black ink are positioned to the right of the Dewan Penguji logo. Each signature is placed above a horizontal dotted line, indicating the official approval of the examiners.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul: “Pengaruh Terpaan Konten Get Ready With Me (GRWM) pada Akun TikTok @menterikecantikan (Michelle Halim) terhadap Motivasi Membangun Personal Branding Generasi Z”

Penelitian Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional (UNAS). Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada bapak/ibu:

1. Dr. El Amry Bermawi Putra, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Swastiningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
7. Dra. Masnah, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis, khususnya dalam proses perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik..
8. Dr. Dwi Kartika, S. Sos.,M.S, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah

memberikan arahan, bimbingan, serta bantuan dalam berbagai urusan akademik, termasuk dalam proses penandatanganan skripsi, serta kelancaran studi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas.

9. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman akademik kepada penulis selama masa perkuliahan, serta staf sekretariat yang telah membantu dalam kelancaran administrasi akademik.
10. Keluarga penulis, khususnya Bapak, Mama, dan Kakak, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, serta bantuan finansial, sehingga penulis tetap termotivasi dan mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik. dan saudara keluarga besar yang sudah mendukung secara financial maupun motivasi untuk penelitian skripsi
11. Dea A., Marsha S., dan Dinda F., selaku teman sejak masa SMP, terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan persahabatan yang terus terjalin hingga saat ini serta telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Febri T, Siti A (Fiku). yang tetap memberikan motivasi dan semangat untuk penelitian ini meskipun terhalang jarak antar-kota. Terima kasih banyak atas kepeduliannya selaku teman yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, perhatian, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan dan penelitian skripsi ini, meskipun terpisah oleh jarak antar kota..
13. Grescilia A, Shinta M, dan teman-teman se-angkatan, dari awal semester hingga semester ketujuh terima kasih telah menemani masa penelitian, saling membantu dalam proses belajar, serta saling menguatkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman Unastv yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu sudah mendukung dan membantu penelitian saya.
15. Tomorrow X Together (TXT) dan Gfriend, yang melalui lagu-lagu serta konten-kontennya telah memberikan semangat, motivasi, dan menjadi penghibur di kala penulis dalam proses penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun

dari berbagai pihak demi penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini tidak hanya dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, akan tetapi untuk semua audiens serta khususnya dalam bidang kajian media sosial dan personal branding generasi muda.



Rizky Puji Astuti

Penulis

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, melahirkan berbagai konten kreatif yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berperan dalam pembentukan identitas diri, terutama bagi Generasi Z. Salah satu konten yang populer adalah *Get Ready With Me* (GRWM), yang menampilkan aktivitas keseharian secara visual dan naratif sehingga berpotensi memengaruhi motivasi dalam membangun personal branding. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan konten *Get Ready With Me* pada akun TikTok @menterikecantikan terhadap motivasi personal branding Generasi Z. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* serta konsep terpaan media dan motivasi personal branding sebagai landasan analisis. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut akun @menterikecantikan, kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten *Get Ready With Me* berpengaruh signifikan terhadap motivasi personal branding Generasi Z, di mana semakin tinggi tingkat terpaan konten, semakin tinggi pula dorongan untuk membangun dan menampilkan citra diri di media sosial.

Kata kunci: terpaan konten, *Get Ready With Me*, TikTok, Generasi Z, motivasi personal branding, *Uses and Gratifications*.



ABSTRACT

The development of social media, particularly TikTok, has generated various forms of creative content that function not only as entertainment but also as a medium for identity formation, especially among Generation Z. One popular format is Get Ready With Me (GRWM) content, which presents everyday activities through visual and narrative elements and has the potential to influence individuals' motivation to build personal branding. This study aims to examine the effect of exposure to Get Ready With Me content on the TikTok account @menterikecantikan on Generation Z's personal branding motivation. The research applies the Uses and Gratifications theory and the concepts of media exposure and personal branding motivation as the analytical framework. A quantitative approach with a survey method was employed by distributing questionnaires to followers of the @menterikecantikan account, and the data were analyzed using SPSS version 27. The findings indicate that exposure to Get Ready With Me content has a significant effect on Generation Z's motivation for personal branding, where higher exposure leads to stronger motivation to construct and present self-image on social media.

Keywords: content exposure, Get Ready With Me, TikTok, Generation Z, personal branding motivation, Uses and Gratifications theory.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Landasan Teori.....	31
2.3 Konseptual Penelitian.....	34
2.4 Kerangka Pemikiran.....	51
2.5 Hipotesis.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1 Paradigma Penelitian.....	56
3.2 Pendekatan Penelitian.....	57
3.3 Metode Penelitian.....	58
3.4 Jenis Penelitian.....	59
3.5 Populasi dan Sample.....	60
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	62
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	70
3.8 Instrumen Penelitian.....	72

3.9 Metode Analisis Data.....	73
3.10 Uji Instrumen Penelitian.....	75
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	79
3.12 Uji hipotesis.....	81
3.13 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden.....	87
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	90
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	116
4.5 Uji Hipotesis.....	121
4.6 Pembahasan Penelitian.....	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	134
5.1 Kesimpulan.....	134
5.2 Saran.....	135
Daftar Pustaka.....	137
LAMPIRAN PENELITIAN.....	141

Daftar Lain-Lain

Daftar Gambar

Gambar 1 1 Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia.....	2
Gambar 1 2 Trend Konten GRWM di Tiktok	4
Gambar 1 3 Akun Tiktok @mentrikecantikan.....	6
Gambar 1 4 Profile Akun @menterikecantikan.....	8
Gambar 1 5 Konten grwm bulan juli.....	10
Gambar 1.6 Komentar GRWM di akun @menterikecantikan.....	13
Gambar 4. 1 Akun @menterikecantikan.....	85

Daftar Tabel

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Skala pengukuran.....	69
Tabel 3. 3 Kriteria Jawaban.....	73
Tabel 3. 4 Kriteria Penafsiran.....	74
Tabel 3. 5 Hasil Validitas Variabel X.....	76
Tabel 3. 6 Hasil Validitas Variabel Y.....	77
Tabel 3. 7 Hasil Reabilitas Variabel X.....	78
Tabel 3. 8 Hasil Reabilitas variabel Y.....	79
Tabel 3. 9 Jadwal Penelitian.....	83
Tabel 4. 1 Tabulasi data kuesioner Responden.....	87
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4. 3 karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Tabel 4. 4 Pengikut akun @menterikecantikan.....	90
Tabel 4. 5 Rata rata Hitung data responden.....	91
Tabel 4. 6 Data Variabel X Dimensi Frekuensi Paparan.....	92
Tabel 4. 7 Data Variabel X Dimensi Frekuensi Paparan.....	93
Tabel 4. 8 Data Variabel X Dimensi Frekuensi Paparan.....	94
Tabel 4. 9 Data Variabel X Dimensi Dimensi Durasi.....	95

Tabel 4. 10 Data Variabel X Dimensi Dimensi Durasi.....	96
Tabel 4. 11 Data Variabel X Dimensi Keterlibatan.....	97
Tabel 4. 12 Data Variabel X Dimensi Keterlibatan.....	98
Tabel 4. 13 Data Variabel X Dimensi Keterlibatan.....	99
Tabel 4. 14 Data Variabel X Dimensi Keterlibatan.....	99
Tabel 4. 15 Data Variabel X Dimensi Keterlibatan.....	100
Tabel 4. 16 Data Variabel X Dimensi Persepsi Selektif.....	101
Tabel 4. 17 Data Variabel X Dimensi Persepsi Selektif.....	102
Tabel 4. 18 Data Variabel X Dimensi Persepsi Selektif.....	103
Tabel 4. 6 Data Variabel Y Memperluas.....	104
Tabel 4. 7 Data Variabel Y Memperluas.....	105
Tabel 4. 8 Data Variabel Y Memperluas V.....	106
Tabel 4. 9 Data Variabel Y Memperluas.....	106
Tabel 4. 10 Data Variabel Y Membangun Kepercayaan Diri/Eksistensi.....	107
Tabel 4. 11 Data Variabel Y Membangun Kepercayaan Diri/Eksistensi.....	108
Tabel 4. 12 Data Variabel Y Dimensi Membangun Kepercayaan Diri/Eksistensi.....	109
Tabel 4. 13 Data Variabel Y Dimensi Membangun Kepercayaan Diri/Eksistensi.....	109
Tabel 4. 14 Data Variabel Y Dimensi Pencarian Identitas dan Aktualisasi Diri.....	110
Tabel 4. 15 Data Variabel Y Dimensi Pencarian Identitas dan Aktualisasi Diri.....	111
Tabel 4. 16 Data Variabel Y Dimensi Pencarian Identitas dan Aktualisasi Diri.....	111
Tabel 4. 17 Data Variabel Y Dimensi Pencarian Identitas dan Aktualisasi Diri.....	112
Tabel 4. 18 Data Variabel Y Dimensi Pencarian Identitas dan Aktualisasi Diri.....	113
Tabel 4. 19 Data Variabel Y Dimensi Strategi Karier dan Profesionalisme.....	114
Tabel 4. 20 Data Variabel Y Dimensi Strategi Karier dan Profesionalisme.....	114
Tabel 4. 21 Data Variabel Y Dimensi Strategi Karier dan Profesionalisme.....	115
Tabel 4. 22 Data Variabel Y Dimensi Strategi Karier dan Profesionalisme.....	115
Tabel 4. 23 Hasil Normalitas.....	116
Tabel 4. 24 Hasil uji linier.....	118
Tabel 4. 25 Hasil Uji Korelasi.....	119
Tabel 4. 26 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	120
Tabel 4. 27 Hasil Uji T.....	121

