



**BRAND AWARENESS UJI KELAYAKAN
KOSMETIK DI KALANGAN GEN Z**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Dinda Sakura Ali

41182037220012

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH INDONESIA**

2026 M / 1448 H

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 26 Juni 2026



Dinda Sakura Ali

(41182037220012)

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Brand Awareness* Uji Kelayakan Kosmetik di Kalangan Gen Z
Diajukan oleh : Dinda Sakura Ali
NPM : 41182037220012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.

Bekasi, 26 Juni 2026

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Winda Primasari, S.Hum., M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Siti Khadijah, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2011.004

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul:

“*Brand Awareness* Uji Kelayakan Kosmetik di Kalangan Gen Z”

telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 24 Juli 2026

Waktu : 08.40–09.20

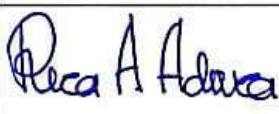
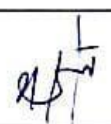
Oleh

Nama : Dinda Sakura Ali

NPM : 41182037220012

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi

Dewan Penguji

Ketua Penguji	:	Tin Hartini, S.Ag., M.Si	
Penguji I	:	Reza A. Adara, M.A	
Penguji II	:	Siti Khadijah, M.Si	

Bekasi, 6 Agustus 2026

Mengesahkan,

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa,



Saepudin, S.S., M.Soc.Sc
NRP. 45.1.01.11.2011.031



Dr. Winda Primasari, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa
2026

Dinda Sakura Ali / 41182037220012

“*Brand Awareness* Uji Kelayakan Kosmetik di Kalangan Gen Z”

Di bawah bimbingan Ibu Siti Khadijah, M.Si

(19 Halaman Proposal + X Romawi), (9 Lampiran)

Penelitian ini membahas fenomena produk kosmetik viral di media sosial dan bagaimana hal tersebut memengaruhi *brand awareness* serta pertimbangan uji kelayakan di kalangan Generasi Z. *Brand awareness* dipahami sebagai kemampuan konsumen mengenali dan mengingat merek dalam kategori produk tertentu, sedangkan uji kelayakan merupakan penilaian menyeluruh terhadap suatu produk dari aspek pasar, teknis, manajemen, hukum, dan keuangan untuk menentukan layak tidaknya produk dijalankan. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh di era digital memiliki pola konsumsi informasi yang cepat, dipengaruhi tren konten, ulasan pengguna, serta intensitas eksposur di platform digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, bertujuan menggali secara mendalam pengalaman, pandangan, dan pemaknaan Generasi Z terhadap *brand awareness* dan uji kelayakan produk kosmetik viral. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara induktif untuk memperoleh pemahaman holistik mengenai faktor-faktor yang membentuk kesadaran merek, kepercayaan, serta pertimbangan kelayakan sebelum melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand awareness* Gen Z terbentuk sangat cepat hingga mencapai tahap top of mind akibat intensitas paparan algoritma TikTok, promosi influencer, dan harga murah. Namun, tingginya *brand awareness* ini tidak berbanding lurus dengan kesadaran awal terhadap aspek keamanan produk, di mana logo BPOM dan sertifikasi halal kerap diabaikan tanpa verifikasi mandiri. Sikap kritis (*critical consumerism*) baru muncul setelah timbulnya kasus penarikan produk oleh BPOM atau dampak medis yang dialami konsumen. Pengalaman krisis tersebut menjadi titik balik yang mendorong Gen Z memaknai ulang kesadaran merek, lebih skeptis terhadap promosi influencer, dan aktif melakukan uji kelayakan mandiri melalui aplikasi BPOM Mobile sebelum bertransaksi.

Kata kunci: *Brand awareness*, Generasi Z, Produk kosmetik viral, Uji kelayakan.

ABSTRACT

*Universitas Islam “45” Bekasi
Communication Studies Program Faculty of
Communication, Literature, and Language
2026*

Dinda Sakura Ali / 41182037220012

“Brand Awareness Uji Kelayakan Kosmetik di Kalangan Gen Z”

Under the guidance Mrs. Siti Khadijah, M.Si

(19 Proposal Pages + X Roman), (9 Attachment)

This study examines the phenomenon of viral cosmetic products on social media and how it influences brand awareness and feasibility assessment considerations among Generation Z. Brand awareness is understood as consumers' ability to recognize and recall a brand within a specific product category, while feasibility assessment refers to a comprehensive evaluation of a product from market, technical, managerial, legal, and financial aspects to determine whether it is viable to be implemented, postponed, or discontinued. As a cohort raised in the digital era, Generation Z demonstrates fast information consumption patterns shaped by content trends, user reviews, and the intensity of exposure across digital platforms. This research employs a qualitative approach with a descriptive method, aiming to explore in depth Generation Z's experiences, viewpoints, and interpretations regarding brand awareness and the feasibility of viral cosmetic products. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed inductively to gain a holistic understanding of the factors that shape brand awareness, trust, and feasibility considerations prior to purchase decisions. The results reveal that Gen Z's brand awareness is established rapidly, reaching the top of mind stage due to intense exposure to TikTok algorithms, influencer endorsements, and low prices. However, high brand awareness does not correlate with initial safety awareness, as BPOM logos and halal certifications are often accepted passively without independent verification. A shift toward critical consumerism only occurs following BPOM product recalls or personal medical harm. These crisis experiences serve as a turning point, prompting Gen Z to re-evaluate brand awareness, become more skeptical of influencer claims, and actively perform independent feasibility checks via the BPOM Mobile app before making purchases.

Keywords: *Brand awareness, Feasibility assessment, Generation Z, Viral cosmetic products.*

PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga yang tiada hentinya selalu memberikan do'a, semangat dan dukungan moral dan material yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Saepudin, S.S., selaku Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Winda Primasari, S.Hum., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Siti Khadijah, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing penulis, memberikan masukan pada setiap permasalahan yang terjadi dalam penyusunan proposal skripsi.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi, terimakasih atas ilmu yang sudah diberikan selama masa perkuliahan.
6. Kepada seseorang yang istimewa dan juga sahabat saya yang tak kalah penting kehadirannya, terimakasih telah menemani, membantu memberikan solusi serta memberi semangat kepada penulis hingga saat ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 16 Juli 2026

Peneliti



Dinda Sakura Ali

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
A. PENDAHULUAN.....	1
B. KAJIAN LITERATUR.....	3
<i>Brand Awareness</i>	3
Uji Kelayakan	3
Kosmetik	4
Gen Z	4
C. METODE.....	7
D. HASIL DAN PEMBAHASAN	8
Jaminan Keamanan Produk Kosmetik di Kalangan Generasi Z.....	8
1. BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).....	10
2. Sertifikasi Halal.....	11
3. Standar Internasional.....	12
Tingkatan <i>Brand Awareness</i> Produk Kosmetik di Kalangan Gen Z	13
<i>Unaware Of Brand</i>	13
<i>Brand Recognition</i>	14
<i>Brand Recall</i>	15
<i>Top of mind</i>	15
Pembentukan <i>Brand Awareness</i> Produk Kosmetik di Kalangan Gen Z	16
E. PENUTUP.....	17
Kesimpulan	17
Saran	18
Bagi Konsumen Generasi Z	18
Bagi Industri dan Pelaku Usaha Kosmetik.....	18
DAFTAR PUSTAKA	19

DAFTAR GAMBAR

Kerangka Berpikir.....	6
------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	21
Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan <i>Key informan</i>	21
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan <i>Key informan</i>	23
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Informan.....	27
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Informan.....	30
Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan Informan.....	34
Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan Informan.....	37
Lampiran 7 Dokumentasi.....	41
Lampiran 8 Lembar Catatan Bimbingan Skripsi.....	47
Lampiran 9 Lembar Hasil Turnitin	48

LAMPIRAN

Lampiran Lembar Hasil Turnitin

a7365d2659b88297_Dinda Sakura Ali

ORIGINALITY REPORT

12%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	jos.unsoed.ac.id Internet	95 words — 2%
2	www.coursehero.com Internet	34 words — 1%
3	journal.zamronedu.co.id Internet	32 words — 1%
4	repository.teknokrat.ac.id Internet	23 words — < 1%
5	repository.unismabekasi.ac.id Internet	23 words — < 1%
6	sip.iainpurwokerto.ac.id Internet	19 words — < 1%
7	ejournal.uinsaizu.ac.id Internet	17 words — < 1%