

**PERSEPSI GENERASI Z PADA MAKNA KEBERANIAN DALAM
KONTEN LAUNDRY MAJAPAHIT DI TIKTOK**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Asyfa Khoirun Nisa

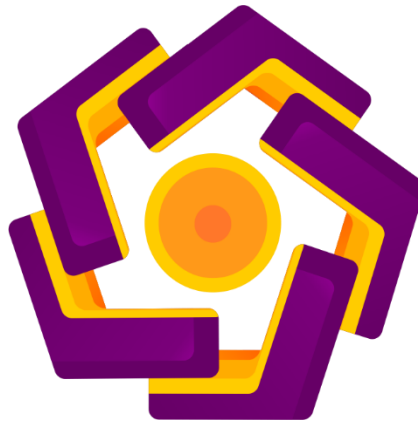
22.96.3286

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

**PERSEPSI GENERASI Z PADA MAKNA KEBERANIAN DALAM
KONTEN LAUNDRY MAJAPAHIT DI TIKTOK**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Asyfa Khoirun Nisa

22.96.3286

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Persepsi Generasi Z pada Makna Keberanian dalam Konten Laundry
Majapahit di Tiktok**

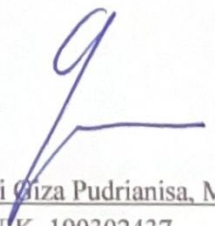
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Asyfa Khoirun Nisa
22.96.3286

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 21 Mei 2026

Dosen Pembimbing,



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Persepsi Generasi Z pada Makna Keberanian dalam Konten Laundry
Majapahit di Tiktok**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Asyfa Khoirun Nisa
22.96.3286

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal bulan tahun

Nama Penguji

Angga Intueri Mahendra P, M.I.Kom
NIK. 190302339

Andreas Tri Pamungkas, S.Sos, M.A
NIK. 190302522

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

Tanda Tangan



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(21 Mei 2026)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 5 Mei 2026



Asyfa Khoirun Nisa

22.96.3286

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Kepada Informan penelitian, yaitu Ataraxia, Putri, Hanna, Nafisah, Dewanto, dan Meilinda, yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan sudut pandang, serta membantu peneliti selama proses wawancara.
6. Kepada keluarga tercinta, Ayah, Mama, dan Adik, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan yang tidak pernah berhenti diberikan kepada penulis. Segala proses yang penulis jalani hingga titik ini tidak lepas dari peran dan keikhlasan kalian.
7. Kepada teman-teman tersayang Asparagus, yaitu Maya, Nafisah, Thalia, Amel, Galuh, Sandra, Gifta, dan Ifa, yang selalu membantu dan memberikan motivasi baik dalam keadaan mudah maupun sulit. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, serta ruang cerita yang

selalu diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

8. *Last but not least*, terima kasih untuk Asyfa Khoirun Nisa. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai detik ini, terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Teruslah melangkah dengan penuh keyakinan dan jangan pernah meragukan kekuatan yang ada dalam dirimu. Kamu layak bangga, kamu layak Bahagia. Dan hari ini, izinkan penulis berkata : *I'm so proud of you*, Asyfa Khoirun Nisa!

Yogyakarta, 5 Mei 2026

Asyfa Khoirun Nisa

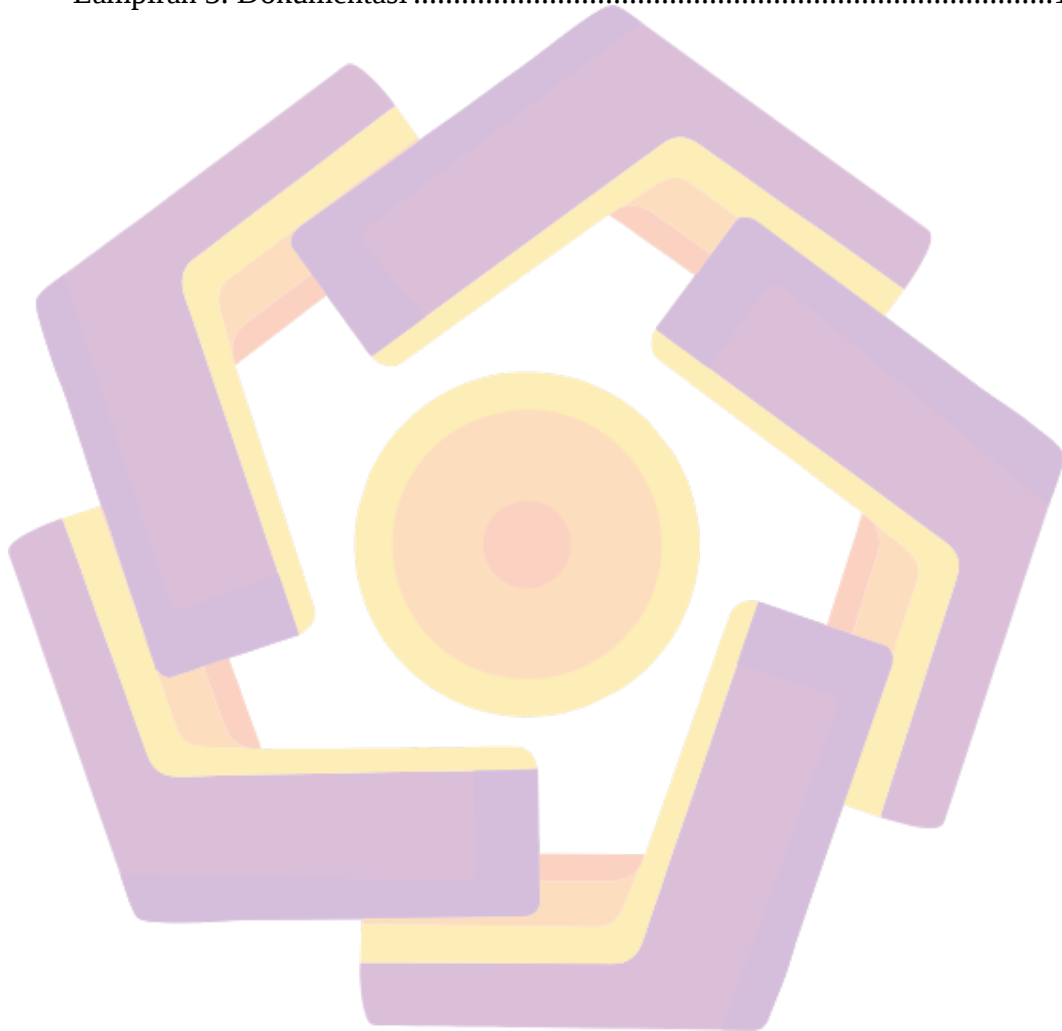
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Media Sosial (TikTok).....	11
2.2.1 Generasi Z.....	12

2.2.3 Teori Persepsi	13
2.2.3.1 Seleksi	13
2.2.3.2 Organisasi.....	14
2.2.3.3 Interpretasi.....	14
2.2.4 Makna Pesan.....	15
2.2.5 Keberanian.....	16
2.2.5.1 <i>Bravery</i>	16
2.2.5.2 <i>Persistence</i>	17
2.2.5.3 <i>Vitality</i>	17
2.3 Kerangka Konsep	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Paradigma Penelitian.....	19
3.2 Pendekatan Penelitian.....	19
3.3 Metode Penelitian.....	20
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	20
3.5 Sumber Data	23
3.5.1 Data Primer	23
3.5.2 Data Sekunder.....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6.1 Observasi	24
3.6.2 Wawancara.....	24
3.6.3 Dokumentasi	24
3.7 Waktu Penelitian	25
3.8 Teknik Analisis Data	26
3.8.1 Reduksi Data.....	26

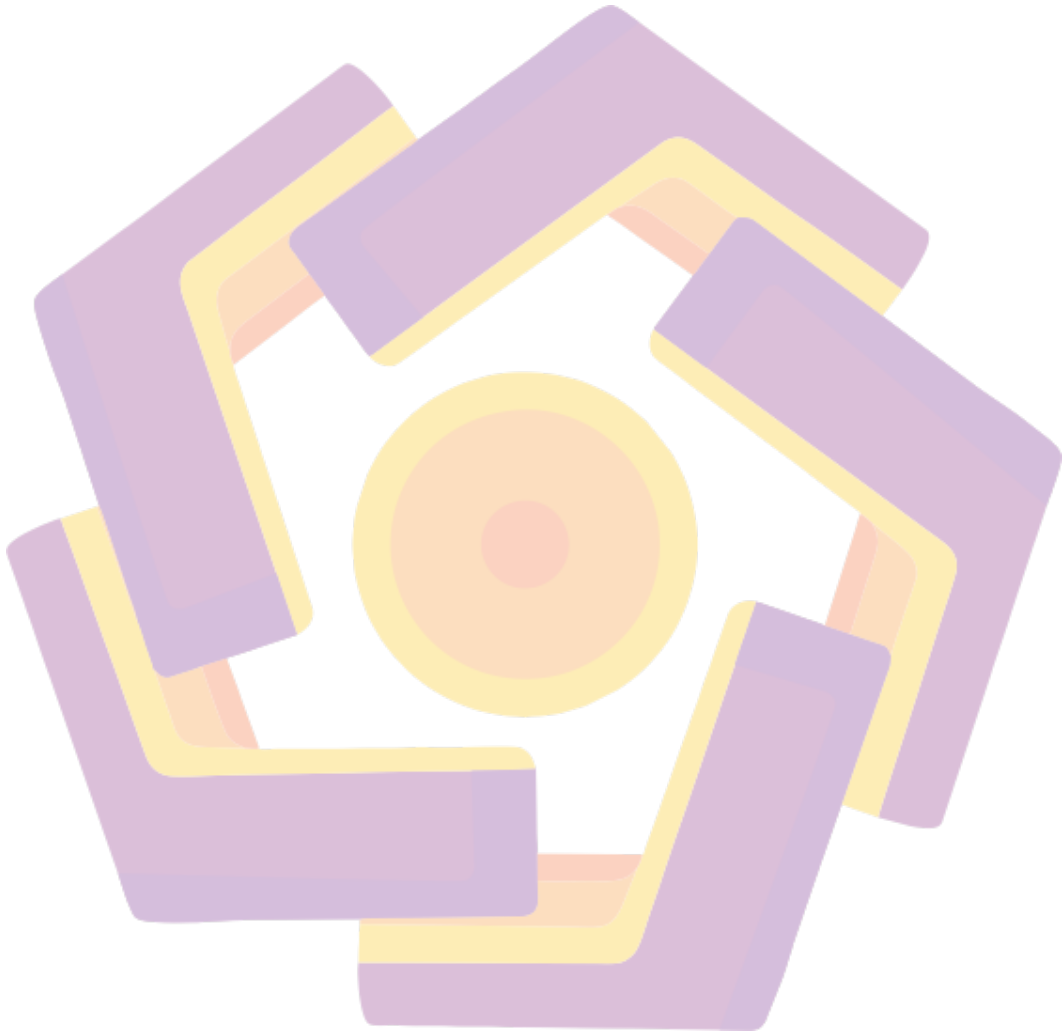
3.8.2 Penyajian Data	26
3.8.3 Penarikan Kesimpulan	26
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Profil Informan	28
4.2 Temuan Penelitian	32
4.2.2 Teori Persepsi dalam memaknai pesan Konten Laundry Majapahit	35
4.2.2.1 Tahap Seleksi	35
4.2.2.2 Tahap Organisasi.....	38
4.2.2.3 Tahap Interpretasi.....	40
4.3 Pembahasan	43
4.3.1 Teori Persepsi dalam Memaknai Pesan Konten Laundry Majapahit.....	45
4.3.1.1 Tahap Seleksi	45
4.3.1.2 Tahap Organisasi.....	49
4.3.1.3 Tahap Interpretasi.....	52
4.3.1.3.1 Keberanian Menghadapi Situasi yang Berbeda dari Kebiasaan Umum	53
4.3.1.3.2 Keberanian Menjalani Proses Mencuci yang Tidak Instan	55
4.3.1.3.2 Antusiasme Audiens pada Pengalaman Mencuci yang Berbeda	57
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Teoritis.....	62
5.2.2 Saran Praktis	62

DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67
Lampiran 1. Guide Wawancara.....	67
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	70
Lampiran 3. Dokumentasi	105



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Informan Penelitian	22
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	25



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kemunculan Konten Laundry Majapahit	1
Gambar 1.2 Keunikan Laundry Majapahit	2
Gambar 1.3 Berita Laundry Majapahit.....	3
Gambar 1.4 Komentar Audiens pada Konten Laundry Majapahit.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....	18
Gambar 4.1 Informan Pertama Mujahidin Ataraxia Dika	28
Gambar 4.2 Informan Kedua Putri Dika Aisyah Maharani.....	29
Gambar 4.3 Informan Ketiga Hanna La'alliyah	29
Gambar 4.4 Informan Keempat Durrotun Nafisah.....	30
Gambar 4.5 Informan Kelima Dewanto Kuku Pribadi.....	30
Gambar 4.6 Informan Keenam Meilinda Papuanita Uly	31
Gambar 4.7 Informan Mengikuti Akun Laundry Majapahit	43
Gambar 4.8 Informan Membagikan Konten Laundry Majapahit.....	44
Gambar 4.9 Visual Konten Laundry Majapahit	45
Gambar 4.10 Alur Cerita Konten Laundry Majapahit.....	46
Gambar 4.11 Suasana Konten Laundry Majapahit.....	47
Gambar 4.12 Keunikan Konsep Laundry Majapahit.....	48
Gambar 4.13 Gabungan Elemen dalam Konten Laundry Majapahit	49
Gambar 4.14 Keberanian Laki-Laki Mencuci.....	54

ABSTRAK

Fenomena Laundry Majapahit menjadi salah satu konten viral di TikTok yang menampilkan aktivitas mencuci manual dalam suasana yang berbeda dari aktivitas laundry pada umumnya. Di tengah kecenderungan Generasi Z yang mengutamakan kemudahan dan kepraktisan melalui penggunaan mesin cuci maupun jasa laundry, konten tersebut justru menarik perhatian audiens dan memunculkan berbagai interpretasi pada aktivitas yang ditampilkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi Generasi Z pada aktivitas yang ditampilkan dalam konten Laundry Majapahit serta karakteristik keberanian yang muncul dari interpretasi audiens pada aktivitas tersebut. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif serta Teori Persepsi sebagai landasan analisis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam pada enam informan Generasi Z pengguna aktif TikTok yang pernah menonton dan berinteraksi pada konten Laundry Majapahit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi audiens terbentuk melalui tiga tahap, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Pada tahap seleksi, audiens belum memaknai, melainkan tertarik pada visual, suasana, serta keunikan konsep konten yang ditampilkan. Pada tahap organisasi, audiens mulai memahami aktivitas mencuci sebagai aktivitas yang berbeda dari kebiasaan modern yang serba praktis dan instan. Selanjutnya, pada tahap interpretasi, audiens memaknai aktivitas tersebut sebagai keberanian menghadapi situasi yang berbeda dari kebiasaan umum, keberanian menjalani proses yang tidak instan, kemampuan menghadapi kondisi yang tidak ideal, keterlibatan laki-laki dalam aktivitas domestik, serta keterbukaan pada pengalaman baru. Interpretasi tersebut kemudian menunjukkan karakteristik yang sejalan dengan konsep keberanian Peterson dan Seligman, yaitu *bravery*, *persistence*, dan *vitality*. Penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik keberanian dapat muncul sebagai hasil interpretasi audiens pada aktivitas keseharian yang ditampilkan dalam konten media sosial.

Kata Kunci : Persepsi, Generasi Z, Keberanian, Laundry Majapahit, TikTok.

ABSTRACT

The Laundry Majapahit phenomenon has become a viral TikTok content showcasing manual washing in a setting that differs from typical laundry activities. Amidst Generation Z's tendency to prioritize convenience and practicality through the use of washing machines and laundry services, this content has captured the audience's attention and given rise to various interpretations of the activities depicted. This study aims to determine Generation Z's perceptions of the activities depicted in Laundry Majapahit content and the characteristics of courage that emerge from audience interpretations of these activities. This study uses a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach and Perception Theory as the basis for analysis. Data were obtained through in-depth interviews with six Generation Z informants, active TikTok users who have watched and interacted with Laundry Majapahit content. The results show that audience perceptions are formed through three stages : selection, organization, and interpretation. During the selection stage, audiences do not yet interpret the content, but are attracted to the visuals, atmosphere, and uniqueness of the content concept. During the organization stage, audiences begin to understand washing as an activity that differs from modern habits that are all practical and instant. Furthermore, in the interpretation stage, the audience interpreted the activity as courage to face situations that differ from common practices, courage to undergo processes that are not instantaneous, the ability to cope with less than ideal conditions, male involvement in domestic activities, and openness to new experiences. This interpretation then showed characteristics that align with Peterson and Seligman's concept of courage, namely bravery, persistence, and vitality. This research shows that the characteristics of courage can emerge as a result of audience interpretations of daily activities displayed in social media content.

Keywords : Perception, Generation Z, Courage, Laundry Majapahit, TikTok.