

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	14
BAB II	15
2.1 Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 Teori <i>Encoding-Decoding</i> (Stuart Hall 1973).....	15
2.1.2 Media Sosial.....	17
2.1.3 TikTok.....	19
2.1.4 Konten Ulasan	20
2.1.5 Digital Influencer.....	21
2.1.6 Beauty Influencer	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	40
BAB III.....	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	43

3.3.1 Subjek Penelitian.....	43
3.3.2 Objek Penelitian	44
3.3.3 Unit Analisis	44
3.4 Informan Penelitian	45
3.5 Metode Pengumpulan Data	50
3.5.1 Data primer	50
3.5.2 Data Sekunder	51
3.6 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	51
3.6.1 Teknik Analisis Data	51
3.6.2 Penjagaan Keabsahan data	52
BAB IV	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 <i>Dominant Hegemonic</i>	55
4.1.2 <i>Negotiated</i>	62
4.2 Pembahasan.....	65
4.2.1 <i>Dominan Hegemonic</i>	66
4.2.2 <i>Negotiated</i>	70
4.2.3 <i>Oppositional</i>	73
4.3 Perbedaan hasil dengan penelitian terdahulu.....	73
BAB V	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran Teoritis	77
5.2.2 Saran Praktis.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81