

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PENGESAHAN	2
LEMBAR BEBAS PLAGIASI.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR SINGKATAN.....	11
ABSTRAK	12
ABSTRACT	13
BAB I	14
PENDAHULUAN.....	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Pertanyaan Penelitian	18
1.3. Tinjauan Literatur.....	18
1.4. Kerangka Konsep	22
1.4.1. Kerangka Konsep <i>Social-Commerce</i>	23
1.4.2. Konsep Perusahaan Multinasional	25
1.4.3. Konsep Budaya Nasional Kolektif	28
1.4.3.1. Indikator Kolektivisme dalam Masyarakat	30
1.4.4 Konsep Regulasi.....	31
1.4.5 Konsep Algoritma	34
1.5. Argumen Utama	36
1.6. Metode Penelitian.....	36
1.7. Sistematika Penulisan.....	38
BAB II	40
TIKTOK DAN PRAKTIK INDONESIA	40

2.1.	Perjalanan TikTok Sebagai Perusahaan Multinasional	41
2.2.	Strategi Adaptasi TikTok	47
BAB III	51
POLA PERILAKU KOLEKTIVISME PENGGUNA TIKTOK SHOP DI INDONESIA	51
3.1.	Budaya Nasional Kolektivisme	51
3.2.	Bentuk Pola Perilaku Masyarakat Kolektivisme dalam Indikator Orientasi Kelompok	58
BAB IV	65
INTERVENSI PEMERINTAH TERHADAP TIKTOK	65
4.1.	Intervensi Pemerintah Indonesia terhadap Munculnya TikTok Shop di Indonesia	66
4.2.	Algoritma TikTok Menyebabkan Kerugian Ekonomi Indonesia.....	74
BAB V	83
KESIMPULAN	83
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Korporasi Perusahaan ByteDance.....	43
Gambar 2.2. <i>Tools</i> pada Fitur TikTok Shop.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Informan.....	38
Tabel 3.1. Makna Kata dari Komunikasi Tidak Langsung Anggota Komunikasi Pengguna TikTok Shop.....	64