

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL BAHASA INGGRIS.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4. Tinjauan Pustaka	5
1.5. Landasan Teori	8
1.5.1. Teori Hasrat	8
1.5.2. Exhibition Value	9
1.5.3. Standar Kecantikan di Media Sosial.....	11
1.5.4. Maskulinitas Metroseksual	12
1.6. Metode Penelitian.....	14
1.6.1 Pemilihan Informan	15
1.6.2 Pengumpulan Data dan Analisis Data	16
1.6.3 Organisasi Penyajian	16
BAB II KECANTIKAN DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK.....	18
2.1. Sejarah dan Perkembangan TikTok	18
2.2. Fitur TikTok	20
2.3. Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi dan Berjualan	23
2.4. Konten <i>Beauty Review</i> atau Ulasan Kecantikan.....	24

BAB III PROFIL ENAM MAHASISWA DALAM DUNIA KECANTIKAN

.....	28
3.1. Hana si <i>Self Aware</i>	28
3.1.1 Hadir Menambah Pengetahuan	29
3.1.2 Kelebihan dan Kekurangan Ulasan Kecantikan	30
3.1.3 Nyaman dengan Diri Sendiri	31
3.2. Eza si <i>Beauty Influencer</i>	32
3.2.1 Finansial yang Terganggu.....	33
3.2.2 Kelebihan dan Kekurangan Ulasan Kecantikan	34
3.2.3 Etik Sebagai <i>Beauty Influencer</i>	35
3.2.4 Ekspektasi Sebagai <i>Beauty Influencer</i>	37
3.3. Yara si <i>Picky Buyer</i>	38
3.3.1 Bijak Memilih	39
3.3.2 Kelebihan dan Kekurangan Ulasan Kecantikan	40
3.2.3 Produk Kecantikan Penunjang Penampilan	41
3.4. Aziz si <i>Fashion Influencer</i>	43
3.4.1 Produk dan Tips yang Berguna.....	43
3.4.2 Kelebihan dan Kekurangan Ulasan Kecantikan	44
3.4.3 Pentingnya Menjaga Penampilan.....	45
3.5. Haykal si Hobi <i>Self Care</i>	46
3.5.1 Tergiuir Ingin Membeli.....	47
3.5.2 Kelebihan dan Kekurangan Ulasan Kecantikan	48
3.5.3 <i>Skincare</i> Sebagai Bentuk Merawat diri	49
3.6. Kiyul si <i>Freelancer Wedding Organizer</i>	50
3.6.1 Uang Habis Tidak Masalah, Asal Berguna.....	51
3.6.2 Kelebihan dan Kekurangan Ulasan Kecantikan	52
3.6.3 Cantik dan Ganteng Itu Relatif	53
3.7 Kesimpulan.....	54

BAB IV PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MENGKONSUMSI PRODUK KECANTIKAN..... 56

4.1 Rayuan <i>Beauty Influencer</i>	56
4.1.1 Meningkatkan Hasrat Mengonsumsi Produk Kecantikan	56
4.1.2 Faktor-Faktor Eksternal Pembentukan Hasrat dalam Berbelanja.....	61

4.1.3 Faktor Pertimbangan Pemenuhan Hasrat Berbelanja	64
4.2. Perbedaan Hasrat dalam Berbelanja.....	69
4.2.1 Merawat Diri dan Menjaga Penampilan Itu Penting	69
4.3 Antara Budaya dan Perkembangan Zaman	73
4.3.1 Laki-Laki Melayu Metroseksual.....	73
BAB V Kesimpulan.....	77
Daftar Pustaka.....	82