

ABSTRAK	4
ABSTRACT	5
PRAKATA	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	11
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	16
1.4 Kajian Literatur	16
1.5 Kerangka Teori.....	19
1.6 Metode Penelitian.....	23
1.6.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	23
1.6.2 Unit Analisis.....	26
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.6.4 Teknik Analisis Data.....	28
BAB II KONTESTASI IDENTITAS DI ERA DIGITAL: PEREMPUAN DALAM JARING KUASA MEDIA	29
2.1 Stigma Masyarakat terhadap Perempuan di Indonesia.....	29
2.2 Konstruksi Perempuan dalam Media Digital di Indonesia.....	32
2.3 TikTok Sebagai Arena Ekspresi Perempuan di Indonesia	34
2.4 Dinamika Perempuan High Value dalam TikTok	37
BAB III REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM WACANA DIGITAL TIKTOK	41
3.1 Mekanisme Kerja TikTok	41
3.1.1 Algoritma TikTok dan Pola Distribusi Konten	41
3.1.2 Pola Wacana yang Berulang dalam Tren dan Hashtag	45
3.1.3 Peran Influencer dalam Pembentukan Wacana.....	49



3.2 Representasi Perempuan dalam hastag High Value di TikTok	51
3.2.1 Citra Ideal High Value Woman.....	52
3.2.2 Pengembangan Diri dan Kesuksesan Perempuan	55
3.2.3 Standarisasi Kecantikan dan Penampilan.....	57
3.2.4 Norma Percintaan dan Tidak Ketergantungan	61
BAB IV KEKUATAN MEDIA DAN KONSTRUKSI DISKURSIF HIGH VALUE WOMAN	64
4.1 Mekanisme Media dan kontrol Kuasa dalam Pembentukan Wacana	64
4.1.1 Tentang mekanisme Tik Tok membentuk dan Menyebarkan Wacana	64
4.1.2 Wacana High Value membentuk Persepsi dan Perilaku Perempuan	68
4.2 Kontradiksi Wacana High Value Woman	72
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Limitasi Penelitian.....	79
5.3 Rekomendasi Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA	81