



DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4. Kerangka Berpikir	4
1.5. Metode Penelitian	8
1.5.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	8
1.5.2. Desain Penelitian	8
1.5.3. Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator	9
1.5.4. Populasi, Sampel, dan Unit Analisa	11
1.5.5. Teknik Sampling	12
1.5.6. Jenis Data	12
1.5.7. Teknik Pengumpulan Data	12
1.5.8. Teknik Pengolahan Data	12
1.5.9. Teknik Analisa Data	13
BAB II	14
2.1. Trend <i>Fashion</i> dan Trend <i>Beauty</i> pada Anak Muda	14
2.2. Trend <i>Fashion</i> dan <i>Beauty</i> pada Mahasiswi FISIPOL UGM	16
2.3. Deskripsi Responden	21



BAB III	24
3.1. Karakteristik Responden	24
3.2. Pengalaman Menonton <i>Beauty Vlogging</i>	28
3.3. Pengetahuan tentang <i>Beauty Vlogging</i>	31
3.4. Motivasi Menonton <i>Beauty Vlogging</i>	37
3.4.1. Motivasi Internal dalam Menonton <i>Beauty Vlogging</i>	38
3.4.2. Motivasi Eksternal	44
3.5. Penggunaan Kosmetik dalam Lingkungan Sosial	48
3.5.1. Penggunaan Kosmetik oleh Lingkungan Keluarga	49
3.5.2. Penggunaan Kosmetik oleh Lingkungan Pertemanan	54
3.6. Persepsi tentang <i>Beauty Vlogging</i>	58
3.7. Asosiasi Antar Variabel Terhadap Persepsi tentang <i>Beauty Vlogging</i>	66
BAB IV	82
4.1. Perilaku Konsumsi Kosmetik	82
4.1.1. Perilaku Konsumsi Kosmetik Sebelum Menonton <i>Beauty Vlogging</i> ..	83
4.1.2. Perilaku Konsumsi Kosmetik Setelah Menonton <i>Beauty Vlogging</i>	87
4.1.3. Komparasi Perilaku Konsumsi Kosmetik antara Sebelum dan Setelah Menonton <i>Beauty Vlogging</i>	92
4.2. Asosiasi antara Perilaku Konsumsi Kosmetik Setelah Menonton <i>Beauty Vlogging</i> dengan Persepsi tentang <i>Beauty Vlogging</i>	95
BAB V	99
5.1. KESIMPULAN	99
5.2. SARAN	102
5.3. LIMITASI STUDI	104
DATAR PUSTAKA	105