

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

ABSTRAKSI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	10
1.4 MANFAAT PENELITIAN	10
1.5 TINJAUAN PUSTAKA	10
1.6 KERANGKA TEORI	15
1.6.1 TEORI MASYARAKAT KONSUMSI	15
1.6.2 TEORI MEDIA BARU	21
1.7 METODE PENELITIAN.....	26
1.7.1 RUANG LINGKUP PENELITIAN	27
1.7.2 TIPE PENELITIAN	28
1.7.3 INFORMAN PENELITIAN.....	29
1.7.4 SUMBER DATA.....	29
1.7.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	30
1.7.5.1 TAHAP PRA LAPANGAN	30
1.7.5.2 <i>ONLINE DIRECT OBSERVATION</i>	30
1.7.5.3 <i>MEDIA SOSIAL INTERVIEW</i>	31
1.7.5.4 <i>STUDI DOKUMENTASI</i>	32
1.7.5.5 <i>ANALISIS DATA</i>	33

BAB II DESKRIPSI BELANJA ONLINE DAN PROFIL INFORMAN

2.1 DESKRIPSI BELANJA ONLINE.....	34
2.2 SEJARAH KOSMETIK	40
2.3 PROFIL INFORMAN	51

BAB III PERILAKU KONSUMTIF MELALUI SMARTPHONE DAN KOSMETIK

3.1 KAUM MUDA, <i>SMARTPHONE</i> DAN MEDIA SOSIAL.....	61
3.2 MEDIA SOSIAL DAN PENJUALAN KOSMETIK ONLINE	66
3.3 KAUM MUDA PEREMPUAN DAN KOSMETIK ONLINE.....	75
3.4 KAUM MUDA DAN LINGKUNGAN SOSIAL.....	85

BAB IV MEDIA BARU (SMARTPHONE) DALAM DIMENSI JUAL BELI OFFLINE MENUJU ONLINE

4.1 SISTEM BELANJA OFFLINE VS SISTEM BELANJA ONLINE	89
4.2 DAMPAK PENGGUNAANN SMARTPHONE DALAM JUAL BELI ONLINE.	99

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN.....	103
5.2 CATATAN KRITIS.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Media Baru dan Media Sosial Informan.....	64
Tabel 2. Tabel Uang Saku dan Budget Kaum Muda untuk membeli Kosmetik.....	71



Tabel 3. Tabel Variasi dan jumlah Kosmetik yang di Beli Kaum Muda di Toko Online	73
--	----

Tabel 4. Tabel Keuntungan Dan Kerugian Sistem Penjualan Offline Dan Online...	99
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Merk kosmetik yang sering dijumpai di toko kosmetik.....	45
Gambar 2. Merk kosmetik yang di jual di toko online.....	46
Gambar 3. Merk kosmetik yang dapat dijumpai ditoko online dan offline...	46

Gambar 4. Contoh identitas yang ditunjukkan oleh penjual kosmetik online	47
Gambar 5. contoh iklan kosmetik dalam media sosial	49
Gambar 6. contoh testimoni dan <i>feedback</i> dari pembeli terhadap produk.....	50
Gambar 7. Media sosial yang dimiliki dalam satu <i>smartphone</i>	63
Gambar 8. Foto artis yang menggunakan suatu produk kosmetik.....	79
Gambar 9. Contoh iklan kosmetik yang memperlihatkan hasil produk.....	82
Gambar 10. Iklan yang menunjukkan kepuasan pelanggan.....	83
Gambar 11. Contoh iklan dalam media sosial <i>twitter</i> dan <i>broadcast</i> pesan <i>BBM</i>	95
Gambar 12. Komunikasi dua arah dibangun oleh penjual dan pembeli.....	96
Gambar 13. Komunikasi yang terjalin sebelum transaksi berlangsung.....	96
Gambar 14. Aplikasi <i>m-banking</i> membutuhkan data pribadi melalui <i>log-</i> <i>in</i>	97
Gambar 15. Menu dalam aplikasi <i>M-banking</i>	98