

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Kerangka Berpikir.....	8
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
B. Deskripsi Teori	16
1. Fenomena <i>Fear of missing out</i>	16
2. Media Sosial TikTok.....	19
3. Konten Kuliner.....	21
4. Perilaku Konsumtif	22
5. Masyarakat Digital.....	24
C. Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone.....	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	28
B. Jenis dan Sumber Data	29
C. Teknik Pengumpulan Data	30
D. Teknik Analisis Data.....	33
E. Tempat dan Jadwal Penelitian	35

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian	36
	B. Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) Konten Kuliner pada Pengguna Aplikasi TikTok	44
	C. Gambaran Perilaku Konsumtif Individu yang Mengalami FoMO	79
	D. Dampak Fenomena FoMO dan Perilaku Konsumtif Konten Kuliner.....	103
	E. Analisis Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone	114
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan	119
	B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

