

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
2.2 Media Sosial.....	17
2.2.1 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli	17
2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial	18
2.2.3 Fungsi Media Sosial	19
2.2.4 KarakterMedia Sosial	19
2.2.5 Intensitas Pengguna Media Sosial	21
2.2.6 Dampak Media Sosial.....	23
2.2.7 Manfaat Media Sosial.....	25
2.2 TikTok.....	26
2.3.1 Sejarah TikTok	27
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok.....	28
2.3.3 Jenis-Jenis Konten TikTok	29
2.3.4 Fitur Aplikasi TikTok.....	30
2.3.5 Dampak Aplikasi TikTok	32
2.4 Racun TikTok.....	33

2.4.1 Cara Belanja Melalui Link di TikTok	34
2.5 Konsumtif.....	38
2.5.1 Karakteristik Perilaku Konsumtif	40
2.5.2 Indikator Perilaku Konsumtif	40
2.5.3 Faktor- Faktor Perilaku Konsumtif.....	41
2.5.4 Dampak Perilaku Konsumtif	42
2.6 Teori Konsumtif Jean Baudrialld	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian.....	46
3.2 Sumber Data Penelitian	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4 Teknik Analisa Data.....	50
3.5 Tempat dan Jadwal Penelitian.....	51
3.5.1 Tempat Penelitian	51
3.5.2 Jadwal Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Gambaran Fenomena Racun TikTok	73
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.2.1 Perkembangan fenomena TikTok di kalangan mahasiswi sosiologi angkatan 2020	75
4.2.2 Perilaku konsumtif mahasiswi sosiologi angkatan 2020.....	82
4.2.3 Pengaruh fenomena racun TikTok terhadap prilaku konsumtif mahasiswi sosiologi angkatan 2020.....	90
4.3 Analisi Teori Teori Konsumtif Jean Baudrialld	93
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	101
DOKUMENTASI.....	88