

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	I
REVISI.....	II
SURAT PERNYATAAN	III
ABSTRACT	IV
ABSTRAK	V
RINGKESAN.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	9
1.2.1. Fokus Penelitian	9
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. Review Penelitian Sejenis	11
2.2. Kerangka Konseptual	13
2.2.1. Komunikasi.....	13
2.2.1.1. Pengertian Komunikasi	13
2.2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi	14
2.2.2. <i>Host Live</i> Perempuan Generasi Z.....	16
2.2.2.1. Pengertian <i>Host Live</i> Perempuan Generasi Z.....	16
2.2.3. Perempuan Generasi Z	19
2.2.3.1. Pengertian Perempuan Generasi Z.....	19
2.2.4. Media E-commerce Shopee dan Tiktok	21

2.2.4.1	Pengertian Shopee.....	21
2.2.4.2	Pengertian TikTok.....	23
2.2.5.	<i>Viewers</i>	24
2.2.5.1.	Pengertian <i>Viewers</i>	24
2.2.6.	Kemandirian Komunikasi.....	25
2.2.6.1.	Pengertian Kemandirian Komunikasi	25
2.2.7.	<i>Bening's Skincare</i>	26
2.2.7.1.	Pengertian <i>Bening's Skincare</i>	26
2.2.8.	Kerangka Teoritis	28
2.2.8.1.	Teori Komunikasi	28
2.3.	Studi Dramaturgi	31
2.3.1.	<i>Front Stage</i> (Depan Panggung).....	32
2.3.2.	<i>Back Stage</i> (Belakang Panggung)	33
2.4.	Kerangka Pemikiran	34
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODE PENELITIAN		37
3.1.	Subjek Penelitian	37
3.2.	Objek Penelitian	41
3.3.	Metodologi Penelitian	48
3.3.1	Metode Penelitian Kualitatif.....	48
3.3.2.	Paradigma Penelitian/Desain Penelitian.....	49
3.3.3.	Prosedur Pengumpulan Data	51
3.3.4.	Rancangan Analisis Data.....	52
3.3.5.	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	54
3.3.6.	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	55
3.4.	Lokasi Penelitian	56
3.5.	Jadwal Penelitain	56
BAB IV PEMBAHASAN.....		57
4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1.	Kemandirian Komunikasi Host Live pada <i>Front Stage</i>	60
4.1.2.	Pengelolaann Diri <i>Host Live</i> pada <i>Back Stage</i>	67

4.1.3. Pengaruh Lingkungan Keluarga	72
4.1.4. Pengaruh Tekanan Sosial	73
4.1.5. Pengaruh Asmara sebagai Distraksi	75
4.1.6. Penggabungan <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> dalam Membentuk Kemandirian Komunikasi	76
4.2. Pembahasan	78
4.2.1. Analisis <i>Front Stage</i> dalam Perspektif Dramaturgi.....	85
4.2.2. Analisis <i>Back Stage</i> dalam Perspektif Dramaturgi.....	88
4.2.3 Hasil <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> dalam Membentuk Kemandirian Komunikasi	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	103
RIWAYAT HIDUP	103
LAMPIRAN 4.....	106
SURAT IZIN PENELITIAN.....	106
LAMPIRAN 5.....	107
DOKUMENTASI PENELITIAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Bening's Glow shop.....	42
Gambar 3. 2 Bening's Cantikara	42
Gambar 3. 3 Bening's Authorize	43
Gambar 3. 4 Bening's Ori.....	44
Gambar 3. 5 <i>GMV (Gross Merchandise Value) persesi</i>	44
Gambar 3. 6 <i>Gross Merchandise Value (GMV) TikTok</i>	46
Gambar 3. 7 <i>Gross Merchandise Value (GMV) Shopee</i>	46
Gambar 4.1 Informan HL-3, HostLive, Rika Ayu Adinda 20 tahun	63
Gambar 4.2 Informan HL-1, HostLive, Keisya Nabilla 20 tahun.....	64
Gambar 4.3 Informan HL-2, HostLive, Lailah Descha 25 tahun.....	66
Gambar 4.4 Informan HL-Brand Jirra id, HostLive, Nova Anzani 25 tahun	68
Gambar 4.5 Informan HL-Brand Jay Rose, HostLive, Felicia 22 tahun.....	70
Gambar 4.6 Informan IP-1, Operator Live, Lukman 21 Tahun	71
Gambar 4.7 Setting Live streaming <i>twindate</i>	82