

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENETAPAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	vi
HALAMAN SURAT TES KESAMAAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN RINGKASAN	ix
HALAMAN SUMMARY	xii
HALAMAN ABSTRAK	xv
HALAMAN ABSTRACT	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	26
1.3. Tujuan Penelitian	26
1.4. Manfaat Penelitian	26
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	28
2.1. Penelitian Terdahulu	28
2.1.1. Penerimaan Khalayak dan Transgender.....	28
2.2. Kelompok Milenial	32
2.3. YouTube sebagai " <i>New Media</i> ".....	38
2.4. Media Sosial, Gender, dan Komodifikasi Media.....	42
2.5. Makna Kecantikan dan Standart Kecantikan.....	46
2.5.1. Standar Kecantikan <i>Beauty Influencer</i>	50
2.6. Konsep Transgender	52
2.6.1. Transgender dalam Industri Kecantikan	55
2.7. Reception Analysis	58
BAB III. METODE PENELITIAN.....	62
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	62
3.2. Metode Penelitian	63
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	64
3.4. Unit Analisis	65
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6. Teknik Analisa Data	69
BAB IV. GAMBARAN UMUM	71
4.1. Generasi Milenial di Indonesia	71
4.2. Perkembangan Pengguna YouTube di Indonesia	75
4.3. <i>Beauty Influencer</i> dan Eksistensi di Indonesia	79

4.3.1. Perkembangan <i>Beauty Influencer</i> di Indonesia.....	79
4.3.2. Eksistensi <i>Beauty Influencer</i> di Industri 4.0.....	83
4.4. Profil Informan.....	87
4.5. Refleksi Informan	98
BAB V. ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	106
5.1. Standar Kecantikan Menurut Generasi Milenial.....	107
5.1.1. Standar Kecantikan Konstruksi Budaya Vs Milenial.....	124
5.1.2. Standar Kecantikan Transgender	138
5.2. <i>Beauty Influencer</i> si <i>Trendsetter</i> Menurut Generasi Milenial	151
5.2.1. Konstruksi Budaya dan <i>Beauty Influencer</i> tentang Mitos Kecantikan Perempuan	164
5.2.2. Transgender sebagai <i>Beauty Influencer</i> Warna Baru Idola Milenial	176
5.2.2.1. Milenial sebagai Audience Aktif melihat Transgender sebagai <i>Beauty Influencer</i>	203
5.3. Komodifikasi Kecantikan di Media Sosial	211
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	229
6.1. Kesimpulan	229
6.2. Saran	231
DAFTAR PUSTAKA	233
LAMPIRAN.....	244

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Transgender menjelaskan produk-produk kecantikan.....	8
Gambar 2. Transgender melakukan treatment kecantikan	9
Gambar 3. Potongan Gambar Akun YouTube Dinda Syarif	13
Gambar 4. Potongan Gambar Akun YouTube Dena Rachman	14
Gambar 5. Potongan Gambar Akun YouTube Stasya Bwar.....	15
Gambar 6. Potongan Gambar Akun YouTube Gebby Vesta	16
Gambar 7. Dinda Syarif dianggap sebagai influencer dalam dunia kecantikan	16
Gambar 8. Gambar Diagram tentang proses Encoding-Decoding.....	60
Gambar 9. Potongan gambar akun YouTube Tasya Farasya.....	84
Gambar 10. Potongan gambar akun YouTube Jovi Adhiguna	85
Gambar 11. Potongan gambar akun YouTube Stasya Bwar.....	86
Gambar 12. Standar kecantikan transgender melalui perawatan tubuh	145
Gambar 13. Potongan gambar standar kecantikan make up dan fashion Transgender <i>beauty influencer</i>	146
Gambar 14. Tanggapan netizen tentang standar kecantikan transgender	149
Gambar 15. Dena Rachman dan Jovi Adhiguna, sesama <i>beauty influencer</i> Saling mendukung, perihal nilai-nilai yang mereka percayai di media sosial YouTube.....	161
Gambar 16. Komentar netizen yang makin menerima keberadaan <i>beauty influencer</i> , karena tidak hanya menyebarkan konten kecantikan saja tapi juga mampu mengangkat isu sosial	162
Gambar 17. Indonesia menolak LGBT	177
Gambar 18. Banyaknya perhatian milenial terhadap transgender	190
Gambar 19.. Potongan gambar komentar netizen akun YouTube transgender <i>Beauty influencer</i>	196
Gambar 20. Potongan gambar akun YouTube Dinda Syarif	222
Gambar 21. Potongan gambar akun YouTube Gebby Vesta	222
Gambar 22. Potongan gambar akun YouTube Stasya Bwar.....	222
Gambar 23. Potongan gambar komentar netizen tentang video YouTube transgender tutorial <i>make up</i>	226