

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI.....
PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 New Media	10
2.2.1 Pengertian New Media	10
2.3 Media Sosial.....	11
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	11
2.3.2 Karakteristik Media Sosial	12
2.4 TIKTOK	13
2.4.1 Fitur-Fitur TIKTOK	13
2.5 Pengusaha Wanita (<i>Womenpreneur</i>).....	15
2.5.1 Pengertian <i>Womenpreneur</i>	15
2.6 Representasi	18
2.7 Semiotika Charles Sanders Peirce.....	19
2.8 Konseptualisasi	22
2.9 Kerangka Pemikiran.....	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Jenis Penelitian.....	25
3.4 Jenis Data	25
3.4.1 Data Primer	25
3.4.2 Data Sekunder	26
3.5 Bahan Penelitian.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	26
3.7 Teknik Analisis Data	27
3.8 Uji Keabsahan Reliabilitas Penelitian Kualitatif.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	29
4.1 Profil Nadya Shavira	29
4.2 Hasil Penelitian : Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Akun @nadshvv.....	30
4.2.1 Analisis Semiotika pada Unggahan “Cuma lulusan SMA bisa punya 70+ karyawan” Tanggal 4 November 2022.....	31
4.2.2 Analisis Semiotika pada unggahan “Aku pun nggak nyangka”Tanggal 11 November 2022.....	33
4.2.3 Analisis Semiotika pada unggahan “Si satu menit abis dia dadakan datang jadi malem malem ke kantor ” Tanggal 7 Juli 2022.....	37
4.2.4 Analisis Semiotika pada unggahan “ Ini gak mimpi kan? ” Tanggal 31 Agustus 2022.....	40
4.2.5 Analisis Semiotika pada unggahan “Intinya kalau usaha harus berani” Tanggal 7 Desember 2022.....	43
BAB V PEMBAHASAN	47
BAB VI KESIMPULAN & SARAN.....	53
6.1 Kesimpulan	53
6.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pemakai Internet Setiap Tahun	1
Gambar 1.2	Tampilan Aktivitas TikTok Nadya.....	5
Gambar 1.3	<i>Personal Branding</i> Nadya sebagai <i>Womenpreneur</i>	6
Gambar 2.1	Jadwal Jam <i>for You Page</i>	15
Gambar 2.2	Triangle Meaning Semiotics (Sumber: Nawiroh Vera “Semiotika dalam Riset Komunikasi”)	20
Gambar 4.1	Nadya Shavira Sebagai Owner Camille Beauty.....	29

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1 Analisis Semiotika Pada Unggahan 4 November 2022	31
Tabel 4.2 Analisis Semiotika Pada Unggahan 11 November 2022	33
Tabel 4.3 Analisis Semiotika Pada Unggahan 7 Juli 2022	37
Tabel 4.4 Analisis Semiotika Pada Unggahan 31 Agustus 2022	40
Tabel 4.5 Analisis Semiotika Pada Unggahan 7 Desember 2022	43