

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMISI	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Perumusan masalah penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12

1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.2 New Media	14
2.1 Media Sosial.....	15
2.1.1 Pengertian Media Sosial	15
2.1.2 Klasifikasi Media Sosial	16
2.1.3 Ciri-Ciri Media Sosial.....	17
2.2 Tiktok	18
2.3 Teori Resepsi (Stuart Hall)	18
2.4 Konten Kesehatan Mental	23
2.5 Penelitian Terdahulu.....	25
2.6 Kerangka Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.1.1 Paradigma Penelitian	35
3.1.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	36
3.2 Informan Penelitian	37
3.3 Lokasi Penelitian	39
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1 Wawancara	42

3.5.2 Observasi	43
3.5.3 Dokumen.....	43
3.5.4 Data Sekunder.....	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	45
3.8 Alat Bantu Analisis Data Kualitatif.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAAN	48
4.1 Data Reduction.....	49
4.2 Data Display.....	31
4.3 Analisis Makna Resepsi	32
4.4 Analisis Word Frequency	36
4.5 Analisis Konten	37
4.6 Pembahasan Hasil Analisis Penelitian.....	38
4.7 Analisis Resespsi Struat Hall	39
4.7.1 Dominant-Hegemonic Position	39
4.7.2 Negotiation Position	45
4.7.3 Oposition Position.....	50
4.8 Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Saran Teoritis.....	60
5.2.2 Saran Praktis	61

DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65