

**PRAKTIK KOMODIFIKASI DALAM KOMUNITAS *ONLINE*:  
STUDI KASUS KOMUNITAS INDONESIAN BEAUTY  
VLOGGER DI INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**Cicilia Meylani Putri**

**1221003211**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2026**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri  
dan semua sumber, baik yang dikutip, maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Cicilia Meylani Putri

NIM : 1221003211

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 September 2026

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Cicilia Meylani Putri

NIM : 1221003211

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Praktik Komodifikasi dalam Komunitas *Online*: Studi Kasus  
Komunitas Indonesian Beauty Vlogger di Instagram

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1: Adek Risma Dedeas, S.S., M.A., M.A.

(  )

Penguji 1 : Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A.

(  )

Penguji 2 : Kurniati Putri Haeirina, S.I.Kom., M.I.Kom.

(  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Jumat, 4 September 2026

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, kemudahan, dan kekuatan yang telah diberikan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Praktik Komodifikasi dalam Komunitas Online: Studi Kasus Komunitas Indonesian Beauty Vlogger di Instagram” dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie, sekaligus menjadi bagian akhir dari perjalanan akademik Penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunannya, Penulis menyadari bahwa penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari berbagai tantangan, proses pembelajaran, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan hormat, Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, serta semangat kepada Penulis selama menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.

### **1) Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, kasih sayang, kesehatan, kemudahan, kekuatan, dan kesempatan yang telah diberikan kepada Penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dalam setiap proses yang tidak selalu mudah, Penulis percaya bahwa selalu ada pertolongan dan jalan yang diberikan oleh-Nya. Tanpa izin dan kehendak-Nya, perjalanan ini tentu tidak akan sampai pada titik ini.

### **2) Papa, Mama, Abang, dan Beno**

Terima kasih yang sebesar-besarnya Penulis sampaikan kepada Papa, Mama, Abang, dan Beno yang selalu menjadi tempat pulang dan sumber kekuatan serta tujuan bagi Penulis. Terima kasih atas setiap doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, pengertian, dan kesabaran yang diberikan selama Penulis menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih karena selalu percaya kepada Penulis, bahkan ketika Penulis sendiri sempat meragukan kemampuan diri sendiri. Segala

pencapaian yang Penulis raih sampai hari ini tidak terlepas dari cinta dan dukungan keluarga yang selalu menemani di setiap langkah.

**3) Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A.**

Terima kasih Penulis sampaikan kepada Ibu Adek Risma Dedees selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, dan membimbing Penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kesabaran Ibu dalam membantu Penulis memahami, memperbaiki, dan mengembangkan penelitian ini hingga dapat diselesaikan dengan baik. Setiap masukan dan bimbingan yang diberikan menjadi bagian penting dalam perjalanan Penulis menyelesaikan penelitian ini.

**4) Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A.**

Terima kasih Penulis sampaikan kepada Ibu Ni Luh Ketut Indah Widia Sari selaku dosen penguji I yang telah memberikan waktu, perhatian, serta masukan yang membangun terhadap Tugas Akhir ini. Setiap pertanyaan, kritik, dan saran yang diberikan menjadi pembelajaran bagi Penulis untuk melihat penelitian ini dari sudut pandang yang lebih luas dan memperbaiki kekurangan yang ada.

**5) Kurniati Putri Haeirina, S.I.Kom., M.I.Kom.**

Terima kasih Penulis sampaikan kepada Ibu Kurniati Putri Haeirina selaku dosen penguji II atas waktu, perhatian, serta berbagai masukan dan saran yang diberikan kepada Penulis. Terima kasih telah membantu Penulis melihat kembali penelitian ini dengan lebih kritis dan memberikan arahan yang bermanfaat bagi penyempurnaan Tugas Akhir ini.

**6) Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terima kasih Penulis sampaikan kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah membagikan ilmu, pengalaman, dan berbagai pembelajaran selama Penulis menempuh pendidikan. Setiap pengetahuan yang diberikan tidak hanya membantu Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir, tetapi juga menjadi bekal bagi Penulis untuk melangkah ke tahap kehidupan berikutnya.

**7) Tinggi Gemes**

Terima kasih kepada Tinggi Gemes yang telah menjadi teman kecil Penulis dan tetap hadir hingga perjalanan ini sampai pada tahap akhirnya. Terima kasih atas waktu yang selalu diberikan, kehadiran yang tidak pernah terasa jauh, serta dukungan mental yang diberikan di berbagai situasi, terutama ketika Penulis sedang menghadapi masa-masa sulit selama perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir. Terima kasih telah menjadi tempat untuk bercerita, berkeluh kesah, dan sekadar mencari jeda ketika semuanya terasa melelahkan. Kehadiran kalian mungkin tidak selalu hadir dalam bentuk bantuan yang besar, tetapi justru konsistensi untuk tetap ada menjadi salah satu hal yang sangat berarti bagi Penulis.

**8) The Konyols**

Terima kasih kepada The Konyols yang telah menjadi bagian dari perjalanan Penulis sejak masa sekolah. Terima kasih untuk semua cerita, kekonyolan, tawa, dan kebersamaan yang sampai sekarang masih menjadi kenangan yang menyenangkan. Terima kasih karena meskipun kehidupan terus berjalan dan masing-masing memiliki kesibukan, rasa pertemanan itu tetap ada.

**9) Warga Warung DKCI**

Terima kasih kepada Warga Warung DKCI, khususnya kakak-kakak di kantor yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan Penulis selama menjalani dunia kerja sekaligus menyelesaikan Tugas Akhir. Terima kasih karena selalu memberikan kemudahan dan pengertian ketika Penulis harus meminta izin untuk berbagai keperluan perkuliahan maupun penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu untuk berdiskusi, masukan mengenai penulisan skripsi, serta berbagai pandangan yang membantu Penulis ketika mengalami kebingungan dalam proses penyusunannya. Bagi Penulis, lingkungan kerja yang tidak hanya memahami tanggung jawab pekerjaan, tetapi juga mendukung proses akademik menjadi salah satu hal yang sangat berarti dan patut disyukuri.

**10) Rekan Seperjuangan**

Terima kasih kepada rekan-rekan seperjuangan yang telah menjadi bagian dari perjalanan panjang Penulis hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Terima kasih kepada Aurel yang telah menjadi teman yang selalu menemani Penulis sejak proses penyusunan laporan magang hingga akhirnya sampai pada tahap akhir skripsi ini. Terima kasih telah menjadi teman untuk berdiskusi, berbagi keluh kesah, saling menguatkan, dan tetap hadir dalam berbagai tahap yang tidak selalu mudah. Terima kasih kepada Wiri dan Raid yang menjadi teman seperbimbingan dan selalu berbagi informasi serta saling membantu selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih juga kepada Rahmad yang menjadi teman pengingat Penulis mengenai berbagai hal terkait skripsi, sehingga Penulis tidak semakin jauh dari tanggung jawab yang harus diselesaikan. Kehadiran kalian membuat perjalanan menyelesaikan pendidikan ini terasa lebih ringan karena Penulis tahu bahwa ada orang-orang yang sama-sama berjuang dan saling mengingatkan untuk terus melangkah.

#### **11) Narasumber dan Triangulator Penelitian**

Terima kasih yang tulus Penulis sampaikan kepada seluruh narasumber dan triangulator penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, memberikan informasi, serta membantu Penulis dalam memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Tanpa kesediaan dan keterbukaan yang diberikan, penelitian mengenai praktik komodifikasi dalam Indonesian Beauty Vlogger Community (IBV) ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Setiap cerita, pengalaman, dan informasi yang diberikan menjadi bagian yang sangat berarti dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

#### **12) Diri Sendiri**

Terima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih karena telah bertahan melewati hari-hari yang tidak selalu mudah, tetap melangkah ketika merasa lelah, dan terus mencoba ketika banyak hal terasa tidak sesuai dengan harapan. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun proses penyusunan Tugas Akhir ini sempat terasa berat dan melelahkan. Terima kasih sudah berani menyelesaikan apa yang telah dimulai dan sampai pada titik ini. Semoga setelah semua yang telah dilewati, Penulis dapat terus menghargai setiap proses, tidak terlalu keras kepada diri sendiri, dan selalu mengingat

bahwa sejauh apa pun perjalanan berikutnya, Penulis pernah berhasil melewati perjalanan ini.

Jakarta, 10 September 2026

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'C' followed by a series of loops and a final vertical stroke.

Penulis,  
Cicilia Meylani Putri

### **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cicilia Meylani Putri  
NIM : 1221003211  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Praktik Komodifikasi Komunitas Online: Studi Kasus Indonesian Beauty Vlogger di Instagram”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2026

Yang menyatakan



Cicilia Meylani Putri

# **PRAKTIK KOMODIFIKASI DALAM KOMUNITAS *ONLINE*: STUDI KASUS KOMUNITAS INDONESIAN BEAUTY VLOGGER DI INSTAGRAM**

Cicilia Meylani Putri

## **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji praktik komodifikasi dalam Indonesian Beauty Vlogger Community (IBV) yang mencakup komodifikasi konten, audiens, dan tenaga kerja. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik komodifikasi dalam komunitas IBV berdasarkan perspektif komodifikasi Vincent Mosco. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus melalui wawancara dengan pengelola komunitas dan *content creator*, observasi konten Instagram IBV, dokumentasi, serta triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi konten ditandai oleh pergeseran tema dari *beauty* ke *lifestyle* yang semakin mempertimbangkan popularitas; komodifikasi audiens terlihat dari pemanfaatan jaringan pengikut sebagai bagian dari nilai ekonomi dalam kerja sama dengan *brand*; sedangkan komodifikasi tenaga kerja ditunjukkan melalui perubahan keterlibatan *content creator* dari *volunteer* dalam aktivitas komunitas menjadi *influencer* dalam kerja sama berbayar. Ketiga bentuk komodifikasi tersebut saling berkaitan dan menunjukkan transformasi IBV dari ruang sosial menjadi bagian dari hubungan komersial dengan *brand*. Transformasi tersebut tidak menghilangkan fungsi sosial komunitas, tetapi berjalan bersamaan dengan terbukanya peluang penghasilan, pengalaman profesional, dan kesempatan kolaborasi bagi *content creator*, sekaligus semakin mengaburkan batas antara fungsi sosial komunitas dan kepentingan komersial *brand*.

**Kata Kunci:** Komodifikasi, Vincent Mosco, Komunitas *Online*, *Content Creator*, Media Sosial, Indonesian Beauty Vlogger Community.

***COMMODIFICATION PRACTICES IN ONLINE  
COMMUNITIES: A CASE STUDY OF THE INDONESIAN  
BEAUTY VLOGGER COMMUNITY ON INSTAGRAM***

Cicilia Meylani Putri

***ABSTRACT***

This study examines commodification practices within the Indonesian Beauty Vlogger Community (IBV), focusing on the commodification of content, audiences, and labor. The study aims to analyze commodification practices within the IBV community from the perspective of Vincent Mosco's theory of commodification. This research employs a qualitative approach with a case study design through interviews with community managers and content creators, observations of IBV's Instagram content, documentation, and source triangulation. The findings show that content commodification is characterized by a shift in themes from beauty to lifestyle, with increasing consideration of popularity; audience commodification is reflected in the use of follower networks as part of the economic value in collaborations with brands; while labor commodification is demonstrated by the transformation of content creators' involvement from volunteers in community activities into paid influencers in brand collaborations. These three forms of commodification are interconnected and indicate a transformation of IBV from a social space into part of a commercial relationship with brands. This transformation does not eliminate the community's social function but occurs alongside increased opportunities for income, professional experience, and collaboration for content creators, while also blurring the boundaries between the community's social functions and brands' commercial interests.

***Keywords:*** *Commodification, Vincent Mosco, Online Community, Content Creator, Social Media, Indonesian Beauty Vlogger Community.*

## DAFTAR ISI

|                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....                                                 | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                              | iii       |
| KATA PENGANTAR.....                                                                  | iv        |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....                                        | ix        |
| DAFTAR ISI.....                                                                      | xii       |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                                   | xiv       |
| DAFTAR TABEL.....                                                                    | xv        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                        | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                              | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                                             | 6         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                           | 6         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                          | 6         |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                                                          | 6         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                                                           | 6         |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>                                                    | <b>7</b>  |
| 2.1 Konsep yang Relevan.....                                                         | 7         |
| 2.1.1 Komodifikasi.....                                                              | 7         |
| 2.1.2 Komunitas <i>Online</i> .....                                                  | 9         |
| 2.1.3 Media Sosial Instagram sebagai Arena Komodifikasi.....                         | 11        |
| 2.1.4 <i>Content Creator</i> dan <i>Influencer</i> .....                             | 12        |
| 2.1.5 <i>Gemeinschaft</i> , <i>Gesellschaft</i> , dan <i>Neue-Gemeinschaft</i> ..... | 15        |
| 2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....                              | 16        |
| 2.3 Model Kerangka Pemikiran.....                                                    | 26        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                                | <b>27</b> |
| 3.1 Desain dan Pendekatan.....                                                       | 27        |
| 3.2 Objek dan Subjek.....                                                            | 27        |
| 3.3 Pengumpulan Data.....                                                            | 31        |
| 3.3.1 Data Primer.....                                                               | 31        |

|                                                                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.2 Data Sekunder.....                                                                                  | 32        |
| 3.4 Analisis Data.....                                                                                    | 32        |
| 3.4.1 Reduksi Data.....                                                                                   | 33        |
| 3.4.2 Penyajian Data ( <i>Display Data</i> ).....                                                         | 33        |
| 3.4.3 Penarikan Kesimpulan.....                                                                           | 33        |
| 3.5 Triangulasi Data.....                                                                                 | 34        |
| 3.6 Operasionalisasi Konsep.....                                                                          | 34        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                   | <b>37</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Indonesian Beauty Vlogger Community (IBV).....                                          | 37        |
| 4.2 Penyajian Data.....                                                                                   | 40        |
| 4.2.1 Perubahan Tema Konten IBV dari <i>Beauty</i> menjadi <i>Lifestyle</i> .....                         | 40        |
| 4.2.2 Audiens Berlapis sebagai Pertimbangan dalam Kerja Sama dengan <i>Brand</i> .....                    | 48        |
| 4.2.3 <i>Content Creator</i> sebagai <i>Talent</i> dalam Pelaksanaan Kegiatan IBV.....                    | 51        |
| 4.3 Pembahasan dan Diskusi.....                                                                           | 56        |
| 4.3.1 Pergeseran Nilai Guna Konten: dari Informasi Kecantikan ke Konten Berbasis Popularitas.....         | 56        |
| 4.3.2 Audiens Berlapis sebagai Komoditas bagi <i>Brand</i> .....                                          | 64        |
| 4.3.3 Pergeseran <i>Content Creator</i> : dari <i>Volunteer</i> menjadi <i>Influencer</i> (Berbayar)..... | 68        |
| 4.3.4 Transformasi IBV: dari Komunitas menjadi Komoditas bagi <i>Brand</i> ...                            | 72        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                    | <b>77</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                       | 77        |
| 5.2 Kendala dan Keterbatasan.....                                                                         | 80        |
| 5.3 Saran dan Implikasi.....                                                                              | 80        |
| 5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya.....                                                              | 80        |
| 5.3.1 Saran untuk Industri atau Lembaga.....                                                              | 80        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                | <b>81</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                      | <b>85</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Instagram Indonesian Beauty Vlogger Community.....                                                                                                                | 3  |
| Gambar 1.2 Unggahan Konten Kolaborasi dengan <i>Brand</i> Kecantikan di Instagram @arie.shaaaa .....                                                                         | 4  |
| <br>Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....                                                                                                                                       | 26 |
| <br>Gambar 3. 1 Tangkapan Layar Akun Instagram Gita.....                                                                                                                     | 29 |
| Gambar 3. 2 Tangkapan Layar Akun Instagram Jihan.....                                                                                                                        | 29 |
| Gambar 3. 3 Tangkapan Layar Akun Instagram Rifa.....                                                                                                                         | 30 |
| Gambar 3. 4 Tangkapan Layar Akun Instagram Yosephine.....                                                                                                                    | 30 |
| Gambar 3. 5 Tangkapan Layar Akun Instagram Marisca.....                                                                                                                      | 31 |
| <br>Gambar 4.1 Akun Instagram <i>Founder</i> Indonesian Beauty Vlogger Community ..                                                                                          | 38 |
| Gambar 4.2 Unggahan Konten Gibah <i>Beauty Trend</i> di Instagram IBV .....                                                                                                  | 42 |
| Gambar 4.3 Unggahan Konten <i>Beauty Tips</i> di Instagram IBV.....                                                                                                          | 42 |
| Gambar 4.4 Unggahan Konten IBV <i>Pick's</i> di Instagram IBV.....                                                                                                           | 43 |
| Gambar 4.5 Unggahan Konten IBV Tutorial di Instagram IBV.....                                                                                                                | 43 |
| Gambar 4.6 Unggahan Konten Isu Pertunangan Selebritas di Instagram IBV .....                                                                                                 | 44 |
| Gambar 4.7 Engagement Konten Seputar <i>Beauty</i> di Instagram IBV.....                                                                                                     | 45 |
| Gambar 4.8 Engagement Konten Isu Pertunangan Selebritas di Instagram IBV ..                                                                                                  | 45 |
| Gambar 4.9 Unggahan Konten <i>Pick's Matcha Edition</i> di Instagram IBV.....                                                                                                | 46 |
| Gambar 4.10 Unggahan Konten IBV Kolaborasi dengan Matchaholic Festival 2026 .....                                                                                            | 47 |
| Gambar 4.11 Akun Instagram resmi Indonesian Beauty Vlogger Community.....                                                                                                    | 48 |
| Gambar 4.12 Dokumentasi Komentar Audiens di Konten <i>My CEO Does My Makeup</i> .....                                                                                        | 50 |
| Gambar 4.13 Dokumentasi Komentar Audiens di Konten Matchaholic 2026: <i>The Matcha Society</i> .....                                                                         | 51 |
| Gambar 4.14 Unggahan Konten Tutorial Flower Makeup di Instagram IBV dengan Fitur Kolaborasi ( <i>Collaboration</i> ) bersama Akun Instagram @dianaaalyh_08.....              | 53 |
| Gambar 4. 15 Unggahan Konten <i>Brow Wax</i> bersama Benefit di Instagram IBV yang Disertai Fitur Kolaborasi ( <i>Collaboration</i> ) bersama akun Instagram @vqinthara..... | 54 |

## DAFTAR TABEL

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 25 |
| Tabel 3.1 Daftar Informan .....     | 31 |
| Tabel 3. 2 Operasional Konsep.....  | 36 |