

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Bagi akademisi	14
1.4.2 Bagi praktisi	15
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	15
1.5.1 Pengertian Fenomenologi	15
1.5.2 Teori Fenomenologi Alfred Schutz	16
1.5.3 Konsep <i>Customer Experience</i>	19
1.6 Kerangka Pemikiran	22
BAB II.....	24
TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 <i>Korean Wave</i>	24
2.1.1 Pengertian <i>Korean Wave</i>	24
2.1.2 Sejarah Perkembangan <i>Korean Wave</i>	24
2.1.3 Penyebaran <i>K-beauty</i> melalui <i>Korean Wave</i>	26

2.2 TikTok.....	28
2.2.1 Pengertian dan Sejarah Singkat TikTok	28
2.2.2 Fitur TikTok.....	28
2.2.3 Konten TikTok.....	31
2.3 Penelitian Terdahulu	33
BAB III	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Objek Penelitian	42
3.3 Subjek Penelitian.....	43
3.3.1 Teknik Purposive	43
3.4 Sumber Data	45
3.4.1 Data Primer	45
3.4.2 Data Sekunder.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1 Wawancara	46
3.5.2 Studi Dokumen	47
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.7 Teknik Keabsahan Data	49
3.7.1 Triangulasi Sumber.....	49
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Konten TikTok @AylennPark	51
4.2 Profil Informan	53
4.2.1 Informan 1	54
4.2.2 Informan 2	55
4.2.3 Informan 3	56
4.2.4 Informan 4	58
4.2.5 Informan 5	59
4.3 Hasil Penelitian	60
4.3.1 <i>Stock of knowledge</i>	60
4.3.2 Motif mengunjungi Olive Young	70

4.3.3 Pengalaman mengunjungi Olive Young.....	97
4.3.4 Makna subjektif terhadap Olive Young.....	110
4.4 Pembahasan	115
4.4.1 Pemaknaan pengalaman melalui model SEMs Schmitt	115
4.4.2 Intersubjektivitas.....	119
BAB V	122
PENUTUP.....	122
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	
Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	
Lampiran 3.1 Informan Inka	
Lampiran 3.2 Informan Autumn	
Lampiran 3.3 Informan Jesse	
Lampiran 3.4 Informan Reisha.....	
Lampiran 3.5 Informan Sartan	
DOKUMENTASI	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data Ekspor Produk K-beauty pada Tahun 2024	2
Gambar 1. 2	Grafik Prediksi Perkembangan Ukuran Pasar Global bagi Industri K-beauty.....	3
Gambar 1. 3	Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Dunia 2025.....	5
Gambar 1. 4	Jumlah Pengguna TikTok 2024.....	6
Gambar 1. 5	Logo Olive Young	6
Gambar 1. 6	Jumlah Negara Pembeli Produk K-beauty di Olive Young 2024.....	8
Gambar 1. 7	Akun TikTok @AylennPark	10
Gambar 1. 8	Konten TikTok “Skincare Shopping at Olive Young in Korea”	12
Gambar 1. 9	Konten TikTok “Olive Young Korean Skincare”	12
Gambar 1. 10	Konten TikTok “Olive Young Korea”	12
Gambar 1. 11	Konten TikTok “Best Olive Young in Korea”	12
Gambar 3. 1	Konten TikTok “Skincare Shopping at Olive Young in Korea”	51
Gambar 3. 2	Konten TikTok “Olive Young Korean Skincare”	52
Gambar 3. 3	Konten TikTok “Olive Young Korea”	52
Gambar 3. 4	Konten TikTok “Best Olive Young in Korea”	53
Gambar 4. 1	Iklan Innisfree yang dibintangi Mingyu Seventeen.....	61
Gambar 4. 2	Tagar #oliveyoung	65
Gambar 4. 3	Konten TikTok ‘Places to go Korea’	67
Gambar 4. 4	Konten TikTok “Skincare Shopping at Olive Young in Korea”	74
Gambar 4. 5	Konten TikTok “Olive Young Korea”	75
Gambar 4. 6	Konten TikTok “Best Olive Young Korea”	76
Gambar 4. 7	Konten TikTok “Skincare Shopping at Olive Young in Korea”	79
Gambar 4. 8	Isi Toko Olive Young	86
Gambar 4. 9	Olive Young Seongsu.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Negara Segmentasi Pasar K-beauty Berdasarkan Kawasan.....	3
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4. 1	Deskripsi Konten TikTok @AylennPark	51

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
---	----