

DAFTAR ISI

HALAMAN

JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Teori	10
G. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian	16
2. Teknik Pengumpulan Data	18
3. Teknik Analisis Data	19

BAB II TWITTER DAN ROLEPLAYER SEBAGAI MEDIA PENGHUBUNG INTERAKSI BUDAYA K-POP SECARA VIRTUAL

A. Perkembangan Hallyu Wave di Indonesia	20
B. Twitter sebagai Media Interaksi Budaya K-Pop Fandom	22
C. <i>Roleplayer</i> sebagai Media Interaksi Sosial Virtual	26
D. Pengalaman dan Fantasi dalam Bermain <i>Roleplayer</i>	27
E. Istilah dalam Dunia <i>Roleplayer</i>	30

BAB III HASIL DAN ANALISIS DATA

A. Profil Informan Penelitian	34
B. Pemaknaan Tren Estetika pada Tampilan Profil dalam Aktivitas Pengguna <i>Roleplayer</i> di Media Sosial Twitter	35
1. Makna dan Tujuan Bermain <i>Roleplayer</i>	35
2. Makna Penggunaan Tren Estetika Profil <i>Roleplayer</i>	40
3. Motif Pembelian Kebutuhan Profil <i>Roleplayer</i>	45
3.1 Koneksi Makna Penggunaan Tren Estetika <i>Roleplayer</i> dengan Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard	56
3.2 Koneksi Makna Penggunaan Tren Estetika <i>Roleplayer</i> dengan Teori Habitus Pierre Bourdieu	58
3.3 Koneksi Makna Penggunaan Tren Estetika <i>Roleplayer</i> dengan Teori Masyarakat Tontonan Guy Debord	59
C. Identifikasi Kontestasi <i>Roleplayer</i> Twitter	60
1. Grup <i>Hype Update Character</i>	60
2. Award <i>Roleplayer</i>	66
3. <i>Spill the Tea</i>	69
D. Analisis Kontestasi <i>Roleplayer</i> dalam Ruang Virtual Twitter	71
E. Upaya Pemain <i>Roleplayer</i> dalam Memunculkan Habitus Karakter	72

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Implikasi	77
1. Implikasi Empiris	77
2. Implikasi Metodologis	78
3. Implikasi Teoritis	79
C. Catatan Kritis	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh <i>tweet</i> calon konsumen mencari katalog produk <i>layout</i>	4
Gambar 1.2 Contoh produk jasa editing desain <i>layout</i> dan <i>wording</i>	4
Gambar 1.3 Contoh pemain <i>roleplayer</i> yang memakai produk jasa BA	6
Gambar 2.1 Interaksi pemain <i>roleplayer</i> dengan sesamanya di media sosial <i>Twitter</i>	26
Gambar 2.2 Akun base <i>roleplayer</i> untuk mengirim menfess	31
Gambar 3.1 Akun pemain <i>roleplayer</i> informan karakter Mina	41
Gambar 3.2 Akun pemain <i>roleplayer</i> informan karakter Joshua	42
Gambar 3.3 Akun pemain <i>roleplayer</i> informan karakter Winwin	42
Gambar 3.4 Akun pemain <i>roleplayer</i> informan karakter Olivia	43
Gambar 3.5 Akun pemain <i>roleplayer</i> informan karakter Heeseung.....	43
Gambar 3.6 Akun pemain <i>roleplayer</i> informan karakter Arin	44
Gambar 3.7 Akun pemain <i>roleplayer</i> informan karakter Jisoo	45
Gambar 3.8 Contoh <i>roleplayer</i> yang memiliki likes banyak pada <i>tweet update</i> karakter	62
Gambar 3.9 Contoh keberadaan grup <i>hype update character</i> di grup DM <i>Twitter</i>	63
Gambar 3.10 Contoh akun <i>Award Roleplayer</i>	66
Gambar 3.11 Thread <i>spill the tea</i> terkait tindakan plagiarisme <i>roleplayer</i>	69
Gambar 3.12 Respon tanggapan plagiarisme yang dilakukan pemain <i>roleplayer</i>	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kategori Kode dari Narasi Konten Video Pengalaman Pemain <i>Roleplayer</i>	28
Tabel 3.1 Profil Informan	34
Tabel 3.2 Tabulasi Hasil Wawancara Motif Informan Bermain <i>Roleplayer</i>	38
Tabel 3.3 Tabulasi Analisis Teks Biografi Akun <i>Roleplayer</i> Informan	41
Tabel 3.4 Tabulasi Kategorisasi Motif Pembelian Kebutuhan Profil <i>Roleplayer</i>	54