

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Tinjauan Literatur	6
1.6 Kerangka Konseptual	9
1.6.1 Instagram	9
1.6.2 Simulasi Hiperrealitas	11
1.6.3 Konsumerisme	14
1.7 Kerangka Berpikir	17
1.8 Metode Penelitian	18
1.8.1 Jenis dan Metode Penelitian	19
1.8.2 Unit Analisis Data	20
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data	22

1.8.4 Teknik Analisis Data.....	23
1.9 Sistematika Penulisan.....	26
BAB II THRIFT SHOP: BERAWAL DARI DONASI HINGGA MENJADI INDUSTRI	29
2.1 <i>Thrift Shop</i>	29
2.2 Evolusi Barang Loak Menjadi Budaya Populer	31
2.2.1 <i>Rigattieri</i> dan <i>Strazzarouli</i> (Abad ke-14 hingga Abad ke-17)	31
2.2.2 Donasi dan Industri (Abad ke-19 hingga Awal Abad ke-20)	33
2.2.3 Pakaian Bekas dan Subkultur <i>Hipster</i> (Abad ke-20)	36
2.2.4 Industri Raksasa dan Misi Lingkungan (Abad Ke-21)	40
2.3 Alternatif Tren Gaya Fesyen Anak Muda di Indonesia	42
BAB III INSTAGRAM, CITRA FOTO, DAN LEDAKAN KONSUMTIF ..	48
3.1 Dari Penelusuran Hingga Pembelian.....	49
3.1.1 Permata Tersembunyi.....	50
3.1.2 Di Balik Preferensi Konsumen.....	56
3.1.3 <i>Hashtag</i> , Foto Produk, dan <i>Caption</i>	64
3.1.4 Algoritma dan Jejaring Citra Foto	78
3.2 Subjek Modis di Ruang Simulakra.....	93
3.3 Konsumtif di Balik Penghematan	107
BAB IV PENUTUP	118
4.1 Kesimpulan.....	118
4.2 Catatan Kritis.....	119
DAFTAR PUSTAKA	124