

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIASI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR ISTILAH	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan	4
1.3.2 Manfaat	4
1.4 Kajian Literatur.....	4
1.5 Kerangka Teori	9
1.6 Metode Penelitian	15
BAB II KONTEKS KEPENGGEMARAN, PROSUMSI PENGGEMAR, DAN PRODUK PROSUMSI KEPENGGEMARAN.....	20
2.1 Komunitas Penggemar <i>Slash Pairing Taynew</i> dan Promosi yang Dilakukan oleh GMMTV Selaku Perusahaan dan Rumah Produksi <i>Boys Love Story</i>	20
2.2 Fanfiksi Sebagai Produk Prosumsi Penggemar dan Twitter sebagai Laman yang Memfasilitasi Produk Prosumsi	23
BAB III PRAKTIK PROSUMSI PENGGEMAR <i>SLASH PAIRING</i> DI TWITTER.....	27
3.1 Akun Prosumer dan Identifikasi Identitas di Media Sosial Twitter	27
3.2 Proses Praktik Prosumsi Penggemar di Media Sosial Twitter	32
3.3 Interaksi Tokoh Yang Terbentuk Dalam Praktik Prosumsi Penggemar <i>Slash Pairing</i> di Media Sosial Twitter	67
BAB IV PENUTUP	77
4.1 Kesimpulan	77
4.2 Refleksi Teori dan Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82