

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Kerangka Teori	7
1. Mengkaji Revolusi Media Massa dan Audiens	7
2. Perkembangan Metode Analisis Resepsi dalam Lanskap Media Baru dan Konteks Gender	9
3. Teori Encoding-Decoding: Menonton Para Penonton	13
4. Teori Feminist Standpoint: Menonton Dari Sudut Pandang Perempuan	16
B. Kerangka Pemikiran.....	19
1. Perkembangan Media Pemasaran dan Dampaknya terhadap Realitas Perempuan.....	19
2. Berani Beda: Strategi Kontroversial “Rabbani Profesor Kerudung”	21
3. Menyingkap Makna yang Lebih Dalam: Menganalisis Resepsi Perempuan sebagai Audiens di Instagram.....	25

BAB III METODOLOGI	31
A. Metode	31
B. Teknik Pengumpulan Data	31
1. Narasumber Penelitian	31
2. Proses Pengumpulan Data.....	38
C. Teknik Analisis Data	42
BAB IV TEMUAN DAN DISKUSI.....	45
A. Mengeksplorasi Makna Teks Versi Rabbani	45
1. Kampanye “Re-Arise” dan Cita-Cita Rabbani untuk Berjualan Sembari Berdakwah.....	47
2. Mengedukasi dan Mengikuti Tren: Menggali Susunan Makna Teks versi Rabbani	54
B. Mengeksplorasi Makna Teks versi Audiens.....	67
1. Mengenali Instagram sebagai Media Baru yang Mewadahi Audiens Aktif	67
2. Ketika Perempuan Memaknai, Apakah Perempuan Bodoh?	70
BAB V PENUTUP	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN	139