

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.4 Kajian Literatur	5
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Identitas Sosial.....	9
1.5.2 Media Interaksi Komunikasi.....	10
1.5.3 Imitasi Sosial.....	13
1.6 Metode Penelitian.....	16
1.6.1 Lokasi dan Waktu.....	17
1.6.2 Desain Studi.....	17
1.6.3 Karakteristik dan Teknik Pemilihan Informan.....	19
1.6.4 Jenis Data.....	20
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data.....	20
1.6.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	22
1.6.7 <i>Self Positioning</i>	23
BAB II ROLEPLAY SEBAGAI SOSIAL PERGAULAN BARU.....	24
2.1 Perkembangan Sosial di Indonesia.....	24
2.2 Perkembangan Pergaulan Baru di Indonesia.....	26
2.2.1 Perkembangan Teknologi Komunikasi	26
2.2.2 Cyberspaces dan Cyberculture.....	28

2.3	Sosial Pergaulan Baru.....	30
2.4	Roleplay sebagai Bentuk Pergaulan Baru dalam Dunia Interaksi Digital.....	31
2.5	X sebagai Platform Pergaulan Baru dalam Media sosial	33
BAB III PEMBENTUKAN IDENTITAS ROLEPLAYER		38
3.1	Roleplay World.....	39
3.2	Pengenalan Informan.....	41
3.3	Identifikasi Idola melalui Imitasi.....	44
3.3.1	Pemilihan Idola	44
3.3.2	Observasi.....	46
3.3.3	Imitasi.....	47
3.3.4	Asimilasi atau Penggabungan	48
3.3.5	Internalisasi	49
3.4	Konstruksi Identitas Idola.....	51
3.4.1	Pembentukan Carrd.....	52
3.4.2	Komunikasi dan Interaksi.....	58
3.5	Analisis Pembentukan Identitas.....	61
BAB IV REPRESENTASI IDOLA DALAM KEGIATAN RENTAL PACAR.....		65
4.1	Rentworld (Dunia Rental)	65
4.1.1	Akun Komunitas	66
4.1.2	Agensi.....	71
4.1.3	Manajer.....	72
4.1.4	Talent.....	72
4.1.5	Client.....	75
4.2	Skema Kegiatan Rental Pacar.....	75
4.2.1	Mengirim Pesan (Pengguna Jasa)	76
4.2.2	Merespon Pesan (Manajer atau Talent)	78
4.2.3	Pengisian Formulir (Pengguna Jasa).....	81
4.2.4	Pembayaran (Pengguna Jasa).....	82
4.3	Relasi Personal dalam Kegiatan Rental Pacar	82
4.3.1	Keluarga	82
4.3.2	Sahabat	82
4.3.3	Pasangan.....	83
4.4	Representasi Idola dalam Universe Baru.....	84

4.5	Persepsi Client	94
4.5.1	Padlet Talent	95
4.5.2	Kepadatan Jadwal Talent	99
BAB V PENUTUP		101
5.1	Kesimpulan dan Refleksi Kritis	101
5.2	Limitasi Studi	104
5.3	Rekomendasi	105
DAFTAR PUSTAKA		106