

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Kebaruan Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Pembagian Bab .....	10
BAB II.....	12
INDUSTRI DAN KOMODIFIKASI KEINTIMAN DI MEDIA SOSIAL .....	12
2.1 Industri Keintiman Baru di Media Sosial.....	12
2.2 Komodifikasi Keintiman dalam Konteks <i>Artificial</i> .....	20
2.3 Kerangka Konsep dan Model Penelitian.....	26
BAB III.....	27
METODOLOGI .....	27
3.1 Paradigma dan Jenis Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Subjek Penelitian.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5 Teknik Pengolahan Data .....	37
3.6 Analisis Data .....	38

3.7	Limitasi Riset .....	39
BAB IV .....		40
PROSES KOMODIFIKASI KEINTIMAN DALAM INDUSTRI JASA SEWA		
PACAR .....		40
4.1	<i>Commodification of Content</i> .....	41
4.1.1	Konstruksi imaji dengan tubuh virtual <i>talent</i> .....	41
4.1.2	Konten eksklusif dalam kuasa akun dan <i>improvement talent</i> .....	48
4.2	<i>Commodification of Audience</i> .....	51
4.2.1	Menggali standar kriteria audiens yang dieksploitasi .....	52
4.2.2	Sumber profitabilitas: kehadiran audiens <i>followers</i> dan <i>non-followers</i> .....	55
4.2.3	Keselarasan <i>service</i> : merespons kebutuhan audiens demi kapital ....	58
4.3	<i>Commodification of Labor</i> .....	61
4.3.1	Di balik dakuan fleksibilitas jam kerja dan orientasi “ <i>have fun</i> ” ( <i>absolute exploitation</i> ) .....	61
4.3.2	Tuntutan <i>multi-tasking</i> dan eksploitasi <i>talent</i> dalam klaim kebebasan ( <i>relative exploitation</i> ) .....	70
4.4	<i>Externalizing Commodification</i> .....	79
4.5	<i>Immanent Commodification</i> .....	83
BAB V .....		87
PENUTUP .....		87
5.1	Kesimpulan .....	87
5.2	Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....		92
LAMPIRAN .....		100

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Teknik pengumpulan data dan informan penelitian.....	33
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram konseptualisasi penelitian.....	26
Gambar 2. Profil dan <i>feed</i> akun Instagram @rentmate.id.....	29
Gambar 3. Profil dan <i>feed</i> akun Instagram @sewapacaronline.id .....	30
Gambar 4. Profil dan <i>feed</i> akun Instagram @rntl.pacar_id.....	31
Gambar 5. Konten <i>talent</i> @sewapacaronline.id.....	42
Gambar 6. Konten <i>talent</i> @rentmate.id .....	42
Gambar 7. Konten <i>talent</i> @rntl.pacar_id .....	43
Gambar 8. Konten audio <i>talent</i> @rentmate.id .....	45
Gambar 9. Sifat <i>talent</i> di konten .....	46
Gambar 10. <i>Story review talent</i> .....	47
Gambar 11. Video diri talent Lula dan Shanaz .....	49
Gambar 12. Bukti <i>screenshot</i> video Aris, .....	50
Gambar 13. Bukti <i>screenshot voice note</i> Justin dan Aris.....	50
Gambar 14. Konten <i>Questions and Answer</i> dan balasan komentar .....	56
Gambar 15. Narasi "kesepian dan butuh <i>partner</i> " pada ketiga akun .....	59
Gambar 16. Foto bersama Fadhil ( <i>offline dating</i> ) .....	71
Gambar 17. <i>Screenshot chat</i> Aris.....	74
Gambar 18. <i>Pricelist</i> paket spesial ramadan.....	79
Gambar 19. <i>Pricelist</i> tes kesetiaan, wakil orang tua, .....	80
Gambar 20. Bukti pembayaran dan <i>review talent</i> tes kesetiaan.....	84