

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Akademik.....	7
2. Manfaat Praktis	8
E. Kebaruan Penelitian	8
F. Sistematika Pembagian Bab.....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Kerangka Pemikiran.....	15
1. Studi Resepsi dan Pemaknaan Audiens di Era Media Sosial.....	15
2. Iklan Digital di Media Sosial	19
3. <i>Media User</i> dan Citra Tubuh: Peran Instagram dalam Membangun Persepsi Diri.....	21
4. Citra Tubuh Perempuan.....	23
B. Kerangka Konsep.....	26
BAB III.....	33
METODOLOGI	33
A. Metode Penelitian.....	33
B. Subjek Penelitian.....	34

1. Profil Informan.....	34
2. Perilaku Bermedia Instagram oleh Informan	42
C. Objek Penelitian.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Teknik Analisis Data	47
BAB IV	51
PROSES PEMAKNAAN (<i>SENSE-MAKING</i>) OLEH AUDIENS GENERASI Z TERHADAP PESAN CITRA TUBUH PADA IKLAN FEMMY FIBER	51
A. Deskripsi Situasi: Pemaknaan Awal Informan terhadap Citra Tubuh	52
1. Titik Awal Terpapar	53
2. Persepsi Awal Audiens	56
3. Pengalaman Audiens	59
B. Identifikasi Kesenjangan (<i>gap</i>): Hambatan Awal dalam Memaknai Citra Tubuh	68
C. Elaborasi Jembatan (<i>Gap-bridging</i>): Mengatasi Hambatan Melalui Resepsi Pesan Citra Tubuh di Instagram	76
D. Uraian Hasil: Situasi Baru Setelah Memaknai Pesan	96
BAB V.....	104
KESIMPULAN	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN I.....	113
PEDOMAN WAWANCARA	113
LAMPIRAN II	118
SAMPEL TRANSKIP WAWANCARA.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan video Femmy Fiber.....	4
Gambar 1.2 Screenshot warganet pada unggahan Iklan Femmy Fiber di akun Instagram @femmy.daily	5
Gambar 1.3 Screenshot warganet pada unggahan Iklan Femmy Fiber di akun Instagram @femmy.daily	5
Gambar 3. 1 Segitiga Metafora SMM Brenda Dervin.....	47
Gambar 3.2 Metafora SMM Brenda Dervin.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian terdahulu mengenai citra tubuh	14
Tabel 2.1 Definisi Istilah	30
Tabel 3.1 Gambaran Profil Informan.....	35
Tabel 3.2 Penggunaan Instagram oleh Informan	43
Tabel 3.3 Kode Pertanyaan dalam Wawancara SMM	47
Tabel 3.4 Situation Movement States	49
Tabel 3.5 5W Question Template	49
Tabel 3.6 General Use Categories	50
Tabel 4.1 Kategorisasi Metafora SMM Situasi pada Informan	66
Tabel 4.2 Kategorisasi SMM Metafora Kesenjangan (gap)	73
Tabel 4.3 Kategorisasi Kesenjangan Makna (Gap-bridging)	80
Tabel 4.4 Kategorisasi SMM Metafora Situasi Baru.....	103

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	31
---	----