

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Tinjauan Pustaka.....	5
1.6 Landasan Teori.....	8
1.6.1 Teori Kewirausahaan (Konsep Etnopreneurship).....	8
1.6.2 Teori Keterlekatan (Embeddedness).....	10
1.6.3 Teori Modal Budaya.....	11
1.7 Metode Penelitian.....	12
1.7.1 Jenis Penelitian.....	12
1.7.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	13
1.7.3 Subjek Penelitian.....	13
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data.....	14
1.7.5 Teknik Analisis Data.....	15
 BAB II EKOSISTEM BATIK GIRILOYO.....	 18
2.1 Lanskap Historis dan Geografis.....	18
2.1.1 Kosmologi Ruang dan Genealogi Makam Raja.....	18
2.1.2 Struktur Ekonomi Politik Pra-Bencana.....	20

2.1.3 Gempa Bumi 2006 dan Rekonstruksi Sosial.....	21
2.2 Perjalanan dari Buruh Menjadi Pengusaha Mandiri.....	23
2.2.1 Terbentuknya Paguyuban Batik Tulis Giriloyo.....	23
2.2.2 Dinamika Coopetition dan Solidaritas Mekanik.....	25
2.3 Ekologi Produksi dan Spiritual Batik Tulis.....	26
2.3.1 Materialitas dan Ritual Teknikal.....	26
2.3.2 Makna Kehidupan di Balik Motif Batik.....	28
2.4 Menjaga Etika di Tengah Persaingan Pasar.....	29

BAB III TRANSFORMASI POLA PEMASARAN: KETERLEKATAN SOSIAL DAN RE-EMBEDDING DI LANSKAP DIGITAL.....32

3.1 Pembentukan Wirausaha Kolektif.....	34
3.2 Kehadiran Paguyuban Sebagai Jangkar dan Buffer (Penyangga).....	40
3.3 Keterlekatan (Embeddedness) dalam Institusi Sosial.....	45
3.3.1 Resiprositas: Relasi Horisontal dan Ekonomi Gotong Royong.....	45
3.3.2 Redistribusi: Peran Institusional Koperasi dan Pajak Kultural.....	48
3.4 Komoditas Fiktif dan Logika Harga.....	51
3.4.1 Ritual Mencanting: Penolakan Keras Terhadap Alienasi Waktu.....	52
3.4.2 Gempuran Tiruan Pabrikasi.....	55
3.5 Kombinasi Baru (New Combinations).....	55
3.6 Gerakan Ganda (Double Movement) dan Misi Ganda.....	58
3.6.1 Membangun Batas Moral Perdagangan.....	59
3.6.2 Inovasi Produk dan Edukasi sebagai Upaya Adaptif.....	60
3.7 Fase Transisi Pemasaran Konvensional.....	61
3.8 Etalase Virtual dan Proses Re-Embedding.....	65
3.8.1 Menjajakan Katalog Pengalaman dan Narasi Identitas.....	65
3.8.2 Menyisipkan Kemanusiaan di Balik Rangkaian Piksel.....	67
3.8.3 Jendela WhatsApp sebagai Benteng Eksklusivitas.....	69

BAB IV PRODUKSI BUDAYA DI RUANG VIRTUAL: NAVIGASI MODAL DAN IDENTITAS BATIK GIRILOYO.....72

4.1 Tiga Wujud Modal Budaya.....	75
4.1.1 Modal Budaya Terwujud (Embodied State).....	75
4.1.2 Menjelmakan Aura ke Etalase Layar Kaca (Objectified State).....	78
4.1.3 Legitimasi Modal Institusional (Institutionalized State).....	81
4.2 Mesin Konversi Virtual.....	85
4.3 Elemen Pembangun Citra Digital.....	97
4.3.1 Materi Konten di Ruang Maya.....	98

4.3.2 Narasi Sejarah yang Melekat.....	102
4.3.3 Narasi Ke-Jawa-an yang Kental.....	103
4.4 Dampak Digitalisasi pada Kesejahteraan Giriloyo.....	107
4.5 Distingsi Sosial: Ironi Konsumsi di Balik Kain Batik.....	109
4.6 Embodied State dalam Eduwisata Membatik.....	113
4.7 Citra di Ruang Ulasan Digital.....	119
4.8 Tantangan dan Upaya Regenerasi.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN REFLEKSI.....	124
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Refleksi.....	126
5.3 Saran dan Rekomendasi.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	136
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	137