Konsumsi Pengalaman Imersif di Ruang Liminal dalam Konser Tur Album "Lagipula Hidup Akan Berakhir"
oleh Hindia
Warastri Mandala Wangi, Ratna Noviani, SIP., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN TESIS ..... **ii**
PERNYATAAN KEASLIAN BEBAS PLAGIARISME ..... **iii**
PRAKATA ..... **iv**
INTISARI ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9
1.4. Tinjauan Pustaka 10
1.5. Landasan Teori 16
1.5.1 Ruang Konsumsi dan Liminalitas 16
1.5.2 Experiential Consumption 20
1.5.3 Distingsi 23
1.6. Metodologi Penelitian 27
1.6.1. Metode Penelitian 27
1.6.2. Subjek Penelitian 29
1.6.3. Teknik Pengumpulan Data 31
1.6.4. Teknik Analisis Data 33
1.7. Sistematika Penulisan 35
BAB II **36**
KONSER MUSIK SEBAGAI RUANG KONSUMSI PENGALAMAN IMERSIF **36**
2.1. Experiential Consumption: Pergeseran dari Konsumsi Material ke Konsumsi Pengalaman 36
2.2. Konsumsi Pengalaman dalam Konser Musik 46
2.3. Menelusuri Cerita di Balik Konser LHAB: Surabaya, Semarang, Bandung, dan Jakarta 56

Konsumsi Pengalaman Imersif di Ruang Liminal dalam Konser Tur Album "Lagipula Hidup Akan Berakhir"
oleh Hindia
Warastri Mandala Wangi, Ratna Noviani, SIP., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB III....72

DINAMIKA PENCIPTAAN PENGALAMAN IMERSIF PENONTON DALAM RUANG LIMINAL KONSER TUR ALBUM LHAB....72

3.1. Menghidupi Narasi Penyelenggara: Pseudo-event dalam Konser LHAB.... 72

3.2. Liminalitas sebagai Pengalaman yang Dikonsumsi Penonton....82

3.3. Dreamworld sebagai Ruang Gratifikasi Diri dalam Pengalaman Imersif Penonton93

BAB IV....107

PENGALAMAN YANG DIREKAYASA, SELERA YANG DINEGOSIASIKAN: PSEUDO-INDIVIDUALISASI DAN DISTINGSI DALAM KONSUMSI KONSER...107

4.1. Arena Konser sebagai Ruang Legitimasi Selera....107

4.2. Pengalaman Penonton sebagai Kapital Simbolik dan Praktik Distingsi....115

4.3. Rekayasa Afektif dan Pseudo-Individualisasi dalam Arena Konsumsi....125

BAB V....135

PENUTUP....135

5.1. Simpulan.... 135

5.2. Saran....139

DAFTAR PUSTAKA....141