UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Lady Bikers dalam Membangun Citra Diri Pada PLatform Tiktok
Nadia Shafira Yusticia, Prof. Dr. Heru Nugroho ; Oki Rahadianto Sutopo, Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....1
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI 2
ABSTRAK 3
ABSTRACT.....4
KATA PENGANTAR.....5
DAFTAR ISI 8
DAFTAR GAMBAR 10
DAFTAR TABEL 11
BAB I PENDAHULUAN 12
1.1. Latar Belakang 12
1.2. Rumusan Masalah.....17
1.3. Manfaat Penelitian 17
1.4. Tujuan Penelitian 18
1.5. Kajian Pustaka 18
1.6. Kerangka Teori 23
1.7. Metode Penelitian 29
1.7.1. Jenis Penelitian 29
1.7.2. Teknik Pemilihan Informan.....30
1.7.3 Jenis Data 34
1.7.4. Teknik Pengumpulan Data 35
1.7.5. Teknik Pengolahan dan Analisis Data 35
BAB II MEMBENTUK CITRA DIRI LADY BIKERS PADA PLATFORM TIKTOK 37
2.1. Media Sosial Tiktok sebagai Ruang Sosial Digital dan Ruang Ekspresi 37
2.2. Citra Diri Lady Bikers Melalui Konten Tiktok 41
2.2.1. Eksplorasi Tren Velocity dan Tren Jedag-Jedug sebagai Medium Pembentukan Citra Diri Lady Bikers 42
2.2.2. Membangun Citra Diri melalui Keterlibatan Komunitas Lady Bikers.....46

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Lady Bikers dalam Membangun Citra Diri Pada PLatform Tiktok
Nadia Shafira Yusticia, Prof. Dr. Heru Nugroho ; Oki Rahadianto Sutopo, Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.3. Partisipasi Audiens dalam Pembentukan Citra Diri Lady Bikers.....48
2.2.4. Ekspresi Tubuh Lady Bikers di Tiktok.....50
2.3. Lady Bikers dan Perempuan dalam Dunia Otomotif : Melawan Reproduksi Maskulinitas dalam Tiktok 51
BAB III STRATEGI VISUALISASI LADY BIKERS MELALUI PRODUKSI KONTEN TIKTOK 53
3.1. Bingkai Visualisasi Lady Bikers dalam Platform Tiktok 53
3.1.1. Tiktok sebagai Ruang Panggung Visual Lady Bikers.....54
3.1.2. Estetika Visual dalam Konten Lady Bikers 61
3.1.3. Ekspresi Visual Melalui Outfit Lady Bikers 67
3.2. Membangun Popularitas melalui Strategi Konten Tiktok 71
3.2.1 Konsistensi Unggahan Konten Tiktok Lady Bikers 73
3.2.2 Kredibilitas Kreator Lady bikers sebagai Faktor Pendukung Peluang Endorsement di Tiktok 78
3.3. Proses Editing sebagai Bentuk Optimalisasi Visual Konten Lady bikers di Tiktok.....82
BAB IV PRAKTIK PERCEIVED INTERCONNECTEDNESS DALAM STRATEGI MEMBANGUN CITRA DIRI LADY BIKERS.....85
4.1. Praktik Perceived Interconnectedness yang dimediasi Melalui Platform Tiktok.....86
4.1.1. Membangun Kedekatan Audiens Melalui Fitur Komentar.....90
4.1.2. Fitur Streaming atau Live Tiktok sebagai Ruang Keterhubungan dengan Audiens 101
4.1.3. Giveaway sebagai Strategi Membangun Relasi Audiens 104
4.2. Praktik Perceived Interconnectedness melalui Vis-a-vis 107
BAB V KESIMPULAN 112
5.1. Kesimpulan 112
5.2. Refleksi Kritis Penulis 114
5.3. Limitasi Penelitian.....115
DAFTAR PUSTAKA 117