Analisis Wacana: Strategi Narasi dalam Penggunaan Produk dan Gaya Hidup Ramah Lingkungan pada Akun
â€œlyfewithlessâ€• di Instagram
Dhiaraissa Balqis Agatha, Dr. Elok Santi Jesica, S.Pd., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR viii
BAB I: PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 7
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Manfaat Penelitian 7
1.5. Kajian Literatur 7
1.6. Teori 10
1.7. Metode Penelitian 13
BAB II: PRAKTIK "*LESS CONSUMPTION*" DALAM KONTEKS MASYARAKAT KONSUMSI 19
2.1. "*Less consumption*" dalam Logika Masyarakat Konsumsi 20
2.2. Konteks Pengurangan Konsumsi dalam Berbagai Latar Belakang Masyarakat Negara 23
2.2.1. Negara Asia: Pengurangan Konsumsi sebagai Budaya Kolektif 23
2.2.2. Negara Barat: Gaya Hidup Konsumtif Baru dalam Wujud Tren Minimalisme. 26
2.2.3. Negara Miskin: *Less Consumption* sebagai Bentuk Keterbatasan Struktural 28
2.3. Irisan *Less Consumption* dan Hidup Hemat 31
BAB III: WACANA GAYA HIDUP RAMAH LINGKUNGAN DALAM AKUN @LYFEWITHLESS 34
3.1. Visualisasi Gaya Hidup Ramah Lingkungan melalui Moda Visual dan Tekstual 35
3.2. Gaya Hidup Ramah Lingkungan sebagai Wujud *Sign-Value* 42
3.2.1. *Preloved*, Donasi, dan Tameng Konsumsi 43
3.2.2. Ruangan Penuh Barang dan Identitas Minimalisme 46
3.3. Diferensiasi Sosial melalui Narasi @lyfewithless 49
3.4. Mengapa *Sign-Value* Dibentuk dalam Akun @lyfewithless 52
BAB IV: PENUTUP 59
4.1. Kesimpulan 59
4.2. Limitasi 60
4.3. Saran dan Rekomendasi 61
DAFTAR PUSTAKA 63