

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka .....	7
1.6 Kerangka Teori.....	12
1.6.1 Selebrifikasi dan Kemunculan Selebritas-Mikro .....	12
1.6.2 Logika Praktik Bourdieu: Habitus, Arena, dan Kapital .....	14
1.6.3 Perantara Budaya .....	17
1.7 Metode Penelitian.....	20
1.7.1 Teknik Pengumpulan Data .....	21
1.7.2 Jenis Data.....	22
1.7.3 Teknik Analisis Data.....	22
1.7.4 Informan Penelitian.....	23
1.8 Sistematika Penelitian Tesis.....	26

<b>BAB II .....</b>	<b>28</b>
<b>PERKEMBANGAN BUDAYA SELEBRITAS DI INDONESIA .....</b>	<b>28</b>
2.1 Menapaki Sejarah Ketenaran Hingga Selebritas .....	28
2.2 Produksi Selebritas di Era Media Massa .....	33
2.3 Selebritas di Era Konvergensi Media .....	38
<b>BAB III.....</b>	<b>42</b>
<b>PRAKTIK SELEBRIFIKASI PENGGUNA INSTAGRAM.....</b>	<b>42</b>
3.1 Produksi Selebritas Di Ruang Instagram: Menjadikan Diri Selebritas .....	43
3.2 Penggunaan Media dan Habitus Pengguna Instagram .....	50
3.3 Keterlibatan Pengguna Dengan Media .....	63
<b>BAB IV .....</b>	<b>67</b>
<b>SELEBRITAS INSTAGRAM SEBAGAI PERANTARA BUDAYA .....</b>	<b>67</b>
4.1 Antara Kebebasan Individu dan Komersialisasi .....	68
4.2 Selebritas Instagram: Perantara Budaya Baru di Era Digital.....	75
<b>Bab V.....</b>	<b>83</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Limitasi Penelitian dan Rekomendasi .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>x</b>