

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
A. Manfaat Akademis	5
B. Manfaat Praktis.....	6
1.5 Model Penelitian	5
1.5.1. Audiens dalam Media	7
1.5.2 Teori Analisis Resepsi	10
1.5.3 <i>Influencer</i> Hijab dan Busana.....	13
1.5.4 Alur Penelitian	14
1.6 Metodologi Penelitian.....	16
1.6.1 Fokus Penelitian.....	17
1.6.2 Lokasi dan Subyek Penelitian	18

1.6.3 Waktu Penelitian	20
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	21
1.6.5 Teknik Analisis Data	23
1.6.6 Sistematika Penulisan	24
1.6.7 Teknik Keabsahan Data	22
1.6.8 Limitasi Penelitian	25
BAB II	26
PEMASARAN GAYA HIDUP, INFLUENCER HIJAB DAN BUSANA, DAN INSTAGRAM	27
2.1 Pemasaran Gaya Hidup (<i>Lifestyle Marketing</i>)	27
2.2 <i>Influencer</i> Hijab dan Busana (<i>Hijab and Fashion Influencer</i>)	35
2.3 Instagram sebagai Audiens Aktif	42
BAB III	54
PROFIL INFORMAN DAN INSTAGRAM DIAN PELANGI	54
3.1 Pengantar	54
3.2 Profil Informan Penelitian	56
3.3 Profil Dian Pelangi	67
3.4 <i>Encoding</i> Postingan Instagram Dian Pelangi	69
BAB IV	83
PEMAKNAAN PEREMPUAN TERHADAP PEMASARAN GAYA HIDUP KOMODITAS HIJAB DALAM INSTAGRAM @DIANPELANGI	83
4.1 Pengantar	83
4.2 Pandangan Umum terhadap Fenomena Busana dan Gaya Hidup dalam Media Sosial	85
4.2.1 Pandangan Umum <i>Followers</i> terhadap Fenomena Busana	85
4.2.2 Pandangan Umum <i>Followers</i> terhadap Gaya Hidup dalam Media Sosial	88
4.2.3 Pandangan Umum <i>Followers</i> terhadap Pemasaran dalam Media Sosial	90
4.2.4 Pandangan Umum <i>Followers</i> terhadap Hijab dalam Media Sosial	95
4.3 Resepsi <i>Followers</i> Instagram Dian Pelangi pada Postingan Bulan Oktober-Desember 2018	88
4.3.1 <i>Followers</i> dan Konten Instagram Dian Pelangi	98
4.3.2 Pembentukan Relasi Teks dalam <i>Followers</i> Instagram Dian Pelangi	101

4.3.3 Pembentukan Semesta Teks dalam <i>Followers</i> Dian Pelangi	104
4.4 Analisis Resepsi <i>Followers</i> terhadap Pemasaran Gaya Hidup Dian Pelangi dalam Postingan Instagram	110
4.4.1 <i>Followers</i> dalam Pembentukan Pemasaran Gaya Hidup	112
a. Analisis Resepsi terhadap Profil Dian Pelangi	121
b. Analisis Resepsi <i>Followers</i> terhadap Aktivitas Sosial Media pada <i>Influencer</i> Hijab dan Busana	128
4.4.2 Posisi <i>Followers</i> Dian Pelangi	133
a. Posisi Dominan dalam Instagram Dian Pelangi	137
b. Posisi Negosiasi dalam Instagram Dian Pelangi	144
c. Kekosongan Posisi Oposisional dalam Instagram Dian Pelangi	150
4.5 Analisis Resepsi <i>Followers</i> Media Sosial	153
BAB V	157
PENUTUP	157
5.1 Kesimpulan	157
5.2 Saran	161
DAFTAR PUSTAKA	162
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Kerangka Konseptual Penelitian	15
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Usia dan Pekerjaan Informan Penelitian	20
Tabel 3.1 Daftar postingan Dian Pelangi pada bulan Oktober-Desember 2018	72
Tabel 4.1 Intensitas Menggunakan Media Sosial	99
Tabel 4.2 Pilihan Konten Informan dalam Internet	100
Tabel 4.3 Pemilihan Konten Dian Pelangi	104
Tabel 4.4 Media Habit	106
Tabel 4.5 Sumber Pengetahuan Informan	108
Tabel 4.6 Resepsi pada Profil Dian Pelangi	126
Tabel 4.7 Efek adanya Instagram Dian Pelangi bagi para Informan	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Faktor-faktor pengaruh pada kekuatan <i>brand</i>	29
Gambar 3.1 Profil Instagram Dian Pelangi.....	70
Gambar 3.2. <i>Maybe Someday, Somehow</i>	77
Gambar 3.3. <i>Ya Allah</i>	78
Gambar 3.4. <i>Your eyes</i>	79
Gambar 3.5. <i>I understand</i>	80
Gambar 3.6. <i>When the lighting is good</i>	81