

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv

Bab I Pendahuluan

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Pemikiran	11
1. Era Media Sosial dan Budaya Visual Instagram	11
1.a. Perkembangan Audiens Media Baru dan Munculnya Prosumer	13
1.b. Selebrifikasi pada <i>Microcelebrity</i> : Tumbuhnya Selebritas Instagram (Selebgram)	15
2. Presentasi Diri di Era Digital	19
3. Komodifikasi Tontonan	23
3.a. Praktik <i>Endorsement</i>	26
3.b. Eksploitasi Konten Selebgram sebagai Produk Kultural	27

G. Metodologi	30
1. Pendekatan	30
2. Metode	31
3. Subjek Penelitian	34
4. Teknik Pengumpulan Data	36
5. Teknik Mengolah Data	37
6. Teknik Penyajian Data	38
7. Teknik Analisis Data	38

Bab II Dinamika Selebgram, *Influencer Industry* dan Komodifikasi Kehidupan Sehari-Hari

A. Situs Jejaring Sosial Instagram dan Penggunaanya	39
1. Instagram, Media Sosial Visual Abad ke-21	39
2. Instagram, dan Fenomena Persaingan Konten Visual	44
B. Perkembangan Selebgram dan Komoditas Konten Kehidupannya	47
1. Hadirnya Micro-celebrity pada Instagram	48
2. Selebgram sebagai Buruh Konten Kultural dalam <i>Influencer Industry</i>	50
3. <i>Influencer Industry</i> sebagai Ruang Feminitas Digital (<i>Cyberfeminities</i>)	53
4. Mekanisme Kerja <i>Endorsement</i>	55
5. Selebgram dan <i>Commodification of Everyday Life</i>	56
a. Komodifikasi Konten	57
b. Komodifikasi Audiens	58
c. Komodifikasi Tenaga Kerja	58
d. Komoditas Imanen	59
e. Komoditas Eksternal	60

C. Selebgram pada Konteks Global dan Lokal	62
--	----

Bab III Empat Profil Selebgram *Fashion Endorser*

A. Selebgram Endorser Yogyakarta	72
B. Profil akun @diantyy_a	78
1. Profil Informan	78
2. Sejarah Akun Selebgram	80
C. Profil akun @irennakristyn	81
1. Profil Informan	81
2. Sejarah Akun Selebgram	83
D. Profil akun @vaniayoanda_	84
1. Profil Informan	84
2. Sejarah Akun Selebgram	85
E. Profil akun @irnadila	86
1. Profil Informan	86
2. Sejarah Akun Selebgram	87
F. Penutup	88

Bab IV Presentasi Diri dan Komoditas Tontonan pada Selebgram Yogyakarta

A. Presentasi Diri di Instagram	90
A.1. Makna Instagram untuk Diri	91
1. Motif Pendorong Penghadiran Diri di Instagram	92
2. Interaksi Diri dengan Platform	94
a. Waktu Akses Aplikasi	94
b. Preferensi Fitur dan Konten Instagram	96
3. Pemaknaan Aktivitas Akses Instagram	99
a. Tempat untuk Sharing dan Menyebarkan <i>Positive Vibes</i>	99

b. <i>Second Life</i>	104
c. Ruang Promosi	105
d. Profesi	107
A.2. <i>Cyberfeminities</i> : Presentasi Diri pada Akun Instagram	109
1. Menampilkan Femininitas di Ruang Digital	110
a. <i>Makeup</i> dan Pakaian	111
b. Postur dan Pencahayaan	118
c. Bantuan Aplikasi	119
2. Visualisasi Diri Ideal	121
3. Kongruensi Persona dan Teknik Presentasi Diri	127
B. Komodifikasi Tontonan	133
B.1. Komodifikasi Konten: Tampilan Selera dan Kurasi	134
<i>Endorsement Post</i>	
1. Proses Kurasi Konten Berbayar	134
2. Kalibrasi Selera pada Konten Advertorial	138
B.2. Komodifikasi Audiens: Angka, Persona, dan <i>Privacy</i>	140
1. Permainan Angka dalam Selebrifikasi	141
a. Jumlah <i>Followers</i> Penentu Strata Sosial Selebgram	141
b. Penolakan terhadap <i>Instagram with No Like</i>	145
2. Konseptualisasi <i>Privacy</i> dan <i>Publicness</i>	147
B.3. Komodifikasi Tenaga Kerja	154
B.4. Komoditas Imanen: <i>Insight</i> sebagai Bahan Bakar <i>Influencer</i>	157
<i>Industry</i>	
B.5. Komodifikasi Eksternal: Ekspansi Komoditas Kehidupan	160
Privat	
1. Rekayasa Konten	160
2. Lingkaran Pertemanan Selebgram yang Menguntungkan	162

Bab V Penutup

A. Kesimpulan	164
B. Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	171
LAMPIRAN	176

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Preferensi Akses Fitur Instagram	96
Tabel 4.2.	Kategorisasi <i>Style Fashion @irennakristyn</i>	115
Tabel 4.3.	Sebaran aplikasi eksternal untuk editing foto dan video.	120
Tabel 4.4.	Tarif Jasa <i>Endorsement</i> .	142

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Model Penelitian	30
Gambar 1.2.	Skema <i>online</i> dan interaksi tatap muka & pengumpulan data.	32
Gambar 1.3.	Diagram Alir Riset Netnografi.	33
Gambar 2.1.	Tampilan <i>Feed</i> dan <i>Explore</i> Instagram.	40
Gambar 2.2.	Akun Instagram Huda Kattan	63
Gambar 2.3.	Akun Instagram Cameron Dallas	63
Gambar 2.4.	Akun Instagram Michelle Lewin	64
Gambar 2.5.	Akun Instagram Chiara Ferragni	65
Gambar 2.6.	Selebgram Awkarin	66
Gambar 2.7.	Selebgram Rachel Vennya	67
Gambar 2.8.	Selebgram Ayana Jihye Moon	68
Gambar 2.9.	Selebgram Karakter Mak Beti	68
Gambar 2.10.	Selebgram Anak Kirana dan Rumaysaa	69
Gambar 2.11.	Selebgram Indah Nada Puspita	70
Gambar 2.12.	Selebgram Anak Jajan	71
Gambar 3.1.	Akun Instagram Analisa Widyaningrum	75
Gambar 3.2.	Akun Instagram Bram Dermawan	76
Gambar 3.3.	Akun Instagram Hasanjr	77
Gambar 3.4.	Foto Selebgram Dianty	78
Gambar 3.5.	Foto Selebgram Irenna	82
Gambar 3.6.	Foto Selebgram Vania	85
Gambar 3.7.	Foto Selebgram Dila	87
Gambar 4.1.	Proses <i>sharing</i> dengan memori personal dan dokumentasi.	101
Gambar 4.2.	Proses <i>sharing self-improvement</i> .	102

Gambar 4.3.	Proses <i>sharing self-improvement</i> (2).	103
Gambar 4.4.	Instagram sebagai Ruang Promosi.	106
Gambar 4.5.	Proses <i>Retouch Makeup</i> dan <i>Styling Costume</i> .	111
Gambar 4.6.	Tutorial <i>Daily Makeup Routine</i> .	112
Gambar 4.7.	<i>Behind The Scene</i> Pemotretan Vania.	114
Gambar 4.8.	Preferensi <i>Style Fashion</i> Dila.	115
Gambar 4.9.	Preferensi <i>Style Fashion</i> Dianty (kiri) dan Vania (kanan).	118
Gambar 4.10.	Komentar <i>Followers</i> Iren terhadap Video Tutorial <i>Daily Makeup</i> -nya.	123
Gambar 4.11.	Instastory Dila, <i>behind the scene</i> sebagai model katalog.	125
Gambar 4.12.	<i>Feed</i> mengenai cerita kegagalan	126
Gambar 4.13.	Moralitas yang ditampilkan Iren pada Instagram.	132
Gambar 4.14.	<i>Instastory</i> link unggahan <i>feed</i> pada Vania (kiri) dan Iren (kanan).	137
Gambar 4.15	Konten Advertorial Vania (kiri) dan Dila (kanan).	139
Gambar 4.16.	Contoh Ratecard <i>brand</i> (kiri) dan <i>online shop</i> (kanan) milik Iren	143
Gambar 4.17.	Perbandingan unggahan Iren bulan Agustus dan November 2019.	151
Gambar 4.18	Interaksi Iren dengan <i>followers</i> -nya.	152
Gambar 4.19.	<i>Behind The Scene</i> Pemotretan Dila	155
Gambar 4.20.	Komunitas selebgram Yogyakarta.	162