

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| SKRIPSI..... | i |
| LEMBAR JUDUL..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| ABSTRAKSI | xviii |
| <i>ABSTRACT</i> | xix |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1. Latar Belakang | 1 |
| 2. Rumusan Masalah | 7 |
| 3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 4. Manfaat Penelitian | 7 |
| 5. Kajian Literatur | 8 |
| 6. Kerangka Teori | 10 |
| 7. Definisi Istilah | 17 |
| 7.1. Autbase | 17 |
| 7.2. Web 2.0 | 20 |
| 7.3. Utas | 22 |
| 8. Metode Penelitian | 24 |
| 8.1 Subjek Penelitian | 26 |
| 8.2 Sumber Data | 28 |
| 8.3 Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 8.4. Teknik Analisis Data | 32 |
| BAB II | 36 |
| TWITTER, AUTOBASE @WOMANFEEDS, UTAS DAN PROFILE INFORMAN | 36 |
| 1. Twitter sebagai ruang sosial | 36 |

| | | |
|--|--|-----|
| 1.1 | Fitur twitter sebagai sarana interaksi sosial virtual | 38 |
| 2. | Autobase: Sarana Penyalur Informasi di Twitter | 41 |
| 3. | Autobase @womanfeeds | 42 |
| 3.1 | Kemunculan akun @womanfeeds..... | 42 |
| 3.2 | Karakteristik pengikut akun @womanfeeds | 45 |
| 4. | Karakteristik Informan sebagai Prosumer Kecantikan di Twitter | 46 |
| 4.1 | Awal mula prosumer bergabung komunitas kecantikan di twitter | 50 |
| 5. | Konten Kecantikan yang Banyak Diminati | 56 |
| 5.1 | Produk kecantikan sebagai konten twitter | 56 |
| 5.2 | Konten kecantikan yang banyak diminati..... | 58 |
| BAB III..... | | 69 |
| PARTISIPASI PROSUMER KECANTIKAN DALAM MEMBENTUK KONTRUKSI WACANA KECANTIKAN | | 69 |
| 1. | Partisipasi Prosumer di Akun Autobase @womanfeeds | 69 |
| 1.1 | Praktik konsumsi konten kecantikan..... | 69 |
| 1.2 | Praktik produksi konten kecantikan | 80 |
| 2. | Konstruksi Kecantikan yang Terbentuk di @womanfeeds | 89 |
| 2.1 | Pengetahuan vs penampilan | 89 |
| 2.2 | Prosumsi image feminin | 95 |
| BAB IV | | 98 |
| ANONIMITAS PROSUMER DALAM PEMBENTUKAN KONSTRUKSI <i>GLOWING</i> | | 98 |
| 1. | Sosok anonim dibalik prosumer kecantikan twitter | 98 |
| 1.1 | Pemanfaatan akun autobase @womanfeeds di twitter | 98 |
| 1.2 | Kebutuhan atas validasi dan privasi prosumer kecantikan | 103 |
| 2. | Interaksi sosial secara digital para akun anonim | 106 |
| 2.1 | Terbentuknya relasi dan jejaring atas persamaan preferensi antar prosumer | 111 |
| 2.2 | Kemunculan rasa senang atas atensi audiens..... | 115 |
| 3. | Proses pembentukan wacana <i>glowing</i> | 118 |
| 3.1. | Prosumer sebagai seorang selebtwit kecantikan..... | 118 |
| 3.2. | <i>Glowing skin</i> sebagai penanda konstruksi kecantikan di era prosumsi | 121 |
| 4. | Kelimpahan informasi dan kelimpahan waktu prosumer | 126 |
| 4.1. | Modifikasi pengetahuan baru dalam bidang kecantikan..... | 126 |

| | |
|---|------------|
| 4.2. Antara kebebasan akun anonim dan eksploitasi..... | 129 |
| BAB V..... | 134 |
| KESIMPULAN..... | 134 |
| 1. Kesimpulan..... | 134 |
| 2. Limitasi Penelitian..... | 138 |
| 3. Catatan Kritis..... | 140 |
| DAFTAR PUSTAKA | 141 |