

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xx</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>I.1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>I.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>I.3. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>I.4. Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>5</b>
<b>I.5. Kerangka Teori.....</b>	<b>7</b>
<b>I.5.1. Globalisasi.....</b>	<b>7</b>
<b>I.5.2. Feminisme dan Post-feminisme.....</b>	<b>8</b>
<b>I.6. Metode Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>I.6.1. Unit Analisa.....</b>	<b>14</b>
<b>I.6.2. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>14</b>
<b>I.6.3. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....</b>	<b>17</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>21</b>
<b>II.1. Media Sosial: Twitter.....</b>	<b>21</b>
<b>II.1.1. Jenis-jenis Akun Twitter.....</b>	<b>23</b>
<b>II.1.1.1. Akun Personal (<i>Personal Account</i>) .....</b>	<b>23</b>
<b>II.1.1.2. Akun Bisnis (<i>Bussiness Account</i>) .....</b>	<b>24</b>
<b>II.1.1.3. Akun Autobase .....</b>	<b>25</b>
<b>II.2. Influencer .....</b>	<b>27</b>
<b>II.3. Gamophobia.....</b>	<b>28</b>



<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>III.1. Klasifikasi Pemengaruh Peselancar Daring (<i>Online Influencers</i>).....</b>	<b>30</b>
<b>III.1.1. Klasifikasi Influencer Berdasarkan Jenis Akun .....</b>	<b>31</b>
<b>III.1.1.1. Akun Personal .....</b>	<b>31</b>
<b>III.1.1.2. Akun Autobase.....</b>	<b>34</b>
<b>III.1.2. Klasifikasi Influencer Berdasarkan Cuitan ‘Tweet’ .....</b>	<b>39</b>
<b>III.1.2.1. Cuitan Narasi Perselingkuhan .....</b>	<b>41</b>
<b>III.1.2.2. Cuitan Narasi Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT) .....</b>	<b>44</b>
<b>III.1.2.3. Cuitan Narasi Perceraian.....</b>	<b>45</b>
<b>III.1.2.4. Cuitan Narasi <i>Broken Home</i> .....</b>	<b>47</b>
<b>III.1.2.5. Cuitan Narasi Ketidakpercayaan Diri (<i>Insecurities</i>).....</b>	<b>49</b>
<b>III.2. Produksi Makna Narasi-narasi Influencer terhadap Wacana Gamophobia.....</b>	<b>51</b>
<b>III.2.1. Wacana Gamophobia pada Cuitan Kasus Perselingkuhan.....</b>	<b>53</b>
<b>III.2.2. Wacana Gamophobia pada Cuitan Kasus Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT) .....</b>	<b>71</b>
<b>III.2.3. Wacana Gamophobia pada Cuitan Kasus Perceraian &amp; Kegagalan Pernikahan .....</b>	<b>83</b>
<b>III.2.4. Wacana Gamophobia pada Cuitan Kasus Broken Home.....</b>	<b>100</b>
<b>III.2.5. Wacana Gamophobia pada Cuitan Kasus Insecurities.....</b>	<b>107</b>
<b>III.3. Dimensi Advokasi Feminisme dan Post-feminisme di Twitter.....</b>	<b>119</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>123</b>
<b>IV.1. Kesimpulan .....</b>	<b>123</b>
<b>IV.2. Limitasi Penelitian.....</b>	<b>126</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>