

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAKSI</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR</b>	<b>xvi</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Subjek Penelitian	6
F. Kerangka Pemikiran	6
1. Proses Produksi Pesan	6
2. <i>Micro-Celebrity</i>	11
3. <i>Endorsement</i>	16
4. Manajemen Media	18
G. Kerangka Konsep	21
H. Metodologi Penelitian	23
1. Pendekatan	23
2. Metode	24
3. Jenis Penelitian	25
4. Teknik Pengumpulan Data	26

5. Teknik Analisis Data	27
6. Teknik Pemilihan Informan	28
7. Lokasi Penelitian	30
8. Sistematika Penulisan	30
<b>SELEBGRAM DAN ENDORSEMENT DI INDONESIA</b>	<b>32</b>
A. Dinamika <i>Selebgram</i> di Indonesia	32
B. Selebgram sebagai <i>Endorser</i>	39
C. Penelitian Terdahulu	45
<b>GAMBARAN UMUM SELEBGRAM ENDORSER YOGYAKARTA @PERMATASAFIRAOA dan @MIRAANS_</b>	<b>49</b>
A. Selebgram Endorser Yogyakarta	49
B. Profil Akun @permatasafiraoa	56
1. Profil Informan	56
2. Latar Belakang Sosial	57
3. Sejarah Akun Selebgram Endorser @permatasafiraoa	58
C. Profil Akun @miraans_	61
1. Profil Informan	61
2. Latar Belakang Sosial	62
3. Sejarah Akun Selebgram Endorser @miraans_	65
<b>PROSES PRODUKSI PESAN OLEH SELEBGRAM ENDORSER YOGYAKARTA @PERMATASAFIRAOA dan @MIRAANS_</b>	<b>66</b>
A. Proses di Balik Layar Selebgram Endorser dalam Memproduksi Pesan	67
1. Akun Selebgram Endorser @permatasafiraoa	67
1. Transformasi menjadi selebgram	69
2. Manajemen akun	71
3. Proses produksi pesan	79
2. Akun Selebgram Endorser @miraans_	96
1. Transformasi menjadi selebgram	98
2. Manajemen akun	101
3. Proses produksi pesan	109

B.	Pembahasan	124
1.	Logika Desain Pesan yang Digunakan oleh Selebgram Endorser	124
2.	Penyusunan Tindakan oleh Selebgram Endorser dalam Memproduksi Pesan Melalui Pemetretan	127
3.	Perencanaan dan Tujuan Komunikasi yang Dilakukan oleh Selebgram Endorser dalam Memproduksi Pesan	130
<b>PENUTUP</b>		<b>133</b>
A.	Kesimpulan	133
B.	Saran	137
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>139</b>
<b>LAMPIRAN</b>		<b>143</b>
	Foto Dokumentasi Kegiatan	144
	Catatan Etnografi	147
	Transkrip Wawancara	178
	<i>Interview Guide</i>	212
	Surat Pernyataan Informan	217