

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Akademis	5
2. Manfaat Praktis	5
E. Kerangka Pemikiran	5
1. Praktik Resepsi Pengguna Media Digital di Media Sosial	5
2. Instagram dan <i>Personal Branding</i>	11
3. Gaya Hidup <i>Conscious Living</i>	14
F. Kerangka Konsep.....	18
G. Metodologi Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian	20
2. Metode Penelitian.....	21
3. Informan Penelitian.....	21
4. Objek Penelitian	23
5. Jenis dan Sumber Data	23
6. Teknik Pengumpulan Data	23
7. Teknik Analisis Data	24
BAB 2.....	26
PERSONAL BRANDING, GAYA HIDUP, DAN AUDIENS	26
A. Gaya Hidup sebagai <i>Personal Branding</i>	26
B. Gaya Hidup: <i>Conscious, Green, dan Sustainable Lifestyle</i>	30
C. Resepsi Audiens mengenai Gaya Hidup.....	34
BAB 3.....	38
PROFIL ASTRI PUJI LESTARI DAN INFORMAN	38
A. Perjalanan Gaya Hidup Astri Puji Lestari.....	38

B. Konten Akun Instagram Astri Puji Lestari (@atiit)	41
C. Profil Informan	44
1. Salma Fadhila Noviandra	44
2. Fauzi Akmal Rabbani	46
3. Nirwandani Aditya M. Irnanda	47
4. Aprilia Nur Khasanah	49
5. Latifa Fitriyanti	51
6. Niken Widyowati	52
BAB 4	55
RESEPSI AUDIENS TERHADAP <i>CONSCIOUS LIVING</i> DALAM AKUN INSTAGRAM ASTRI PUJI LESTARI	55
A. Perilaku Bermedia Instagram Informan	56
a. Daya Tarik Instagram	56
b. Referensi Instagram	60
c. Interaksi dengan Akun @atiit	62
B. Gaya Hidup <i>Conscious Living</i>	67
a. Gaya Hidup	67
b. Pemahaman Mengenai Gaya Hidup <i>Conscious Living</i>	72
c. Faktor-faktor Gaya Hidup <i>Conscious Living</i>	78
d. <i>Personal Branding</i> Astri Puji Lestari di Instagram @atiit	95
e. Menilik Gaya Hidup Atit	107
C. Pemaknaan dan Internalisasi Konten @atiit	113
a. Salma Fadhila Noviandra	113
b. Fauzi Akmal Rabbani	114
c. Nirwandani Aditya M. Irnanda	115
d. Aprilia Nur Khasanah	116
e. Latifa Fitriyanti	117
f. Niken Widyowati	118
D. Analisis Pemaknaan <i>Personal Branding</i> Gaya Hidup <i>Conscious Living</i> dalam Akun Instagram @atiit oleh Informan	119
a. Interaksi Informan dengan Akun Instagram @atiit	119
b. Kesesuaian Konten Unggahan @atiit dengan Gaya Hidup <i>Conscious Living</i>	120

c.	Pemaknaan Informan dari Personal Branding Akun @atiit	124
d.	Analisis <i>Decoding</i> oleh Informan	125
BAB 5	131
PENUTUP	131
A.	Kesimpulan	131
B.	Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Komunikasi Lama dan Baru oleh McQuail (2002)	7
Gambar 1. 2 Gambar Encoding-Decoding oleh Stuart Hall.....	8
Gambar 3. 1 Unggahan @atiit Ketika Mewakili Indonesia ke Cina (2011).....	38
Gambar 3. 2 Tiga Faktor yang Diseimbangkan Atit Untuk Mencapai Tujuannya (Lestari, 2020)	39
Gambar 3. 3 Akun Instagram Astri Puji Lestari	41
Gambar 3. 4 Unggahan Atit mengenai Ulasan Produk dan Endorsement	42
Gambar 3. 5 Unggahan Konten “Personal” Atit.....	43
Gambar 3. 6 Unggahan Feeds Astri	43
Gambar 3. 7 Interaksi Atit dengan Followers-nya di Kolom Komentar.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis Decoding.....	126
--	------------

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Skema Kerangka Konsep Analisis Resepsi Instagram <i>Personal Branding</i> @atiit	20
--	-----------