

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Pertanyaan Makro	8
1.2.2 Pertanyaan Mikro.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi	15
2.2.2 Fungsi Komunikasi	18
2.2.3 Tujuan Komunikasi.....	20
2.2.4 Komunikasi Proses Simbolik	21
2.3 Tradisi Penelitian Dalam Komunikasi.....	22
2.3.1 Tradisi Fenomenologi Komunikasi	22
2.3.2 Makna.....	24
2.3.3 Ruang Lingkup Makna.....	26
2.3.4 Konstruksi Makna	28
2.4 Kerangka Pemikiran	29
2.4.1 Teori Konstruksi Realitas	30
2.5 Model Alur Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Metode Penelitian	36
3.2 Desain Penelitian	38
3.2.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Informan Penelitian	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1 Studi Pustaka	48
3.3.2 Studi Lapangan	50
3.4 Uji Keabsahan Data	53

3.5	Teknik Analisis Data	55
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	55
3.6.1	Lokasi Penelitian	56
3.6.2	Waktu Penelitian.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Hasil Penelitian.....	58
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	60
4.1.2	Profil Informan	63
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Nilai Pengguna <i>Hypebeast</i> Dikalangan Mahasiswa Kota Bandung ...	66
4.2.2	Motif Yang Mendasari Pengguna <i>Hypebeast</i> Dikalangan Mahasiswa Kota Bandung	69
4.2.3	Pengalaman Pengguna <i>Hypebeast</i> Dikalangan Mahasiswa Kota Bandung	72
4.2.4	Makna <i>Hypebeast</i> Bagi Kalangan Mahasiswa Kota Bandung	74
4.3	Pembahasan	75
4.3.1	Nilai <i>Hypebeast</i> Bagi Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	76
4.3.2	Motif <i>Hypebeast</i> Bagi Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	79
4.3.3	Pengalaman Mahasiswa di Kota Bandung Selama Menggunakan <i>Hypebeast</i>	81
4.3.4	Makna <i>Hypebeast</i> Bagi Mahasiswa di Kota Bandung	83

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....86

5.1 Simpulan..... 86

5.2 Saran88

DAFTAR PUSTAKA90**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian	47
Tabel 3.2 Waktu Kegiatan Penelitian.....	57
Tabel L.1 Pedoman Observasi	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Logo Merek <i>Hypebeast</i>	2
Gambar 2.1 Model Alur Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Konstruksi Makna dalam Fenomenologi	45
Gambar 3.2 Lingkaran Pengumpulan Data.....	53
Gambar 4.1 Informan Kunci 1	64
Gambar 4.2 Informan Kunci 2	65
Gambar 4.3 Informan Pendukung	66
Gambar 4.4 Model Nilai <i>Hypebeast</i> Bagi Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	79
Gambar 4.5 Model Motif Mahasiswa <i>Hypebeast</i> di Kota Bandung	81
Gambar 4.6 Model Pengalaman Mahasiswa di Kota Bandung Selama Menggunakan <i>Hypebeast</i>	83
Gambar 4.7 Model Makna <i>Hypebeast</i> bagi kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Rekomendasi Sidang Skripsi

Lampiran 2 Surat Pengajuan Sidang Sarjana

Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 4 Lembar Revisi Usulan Penelitian

Lampiran 5 Pedoman Observasi

Lampiran 6 Pedoman Wawancara

Lampiran 7 Transkrip Wawancara

Lampiran 8 Dokumentasi