

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	7
1.2.1. Fokus Penelitian	7
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1. Tujuan Penelitian	8
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1. Kajian Literatur	10
2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....	10
2.2. Kerangka Konseptual.....	14
2.2.1. Komunikasi	14
2.2.1.1. Definisi Komunikasi	14
2.2.1.2. Fungsi Komunikasi	15
2.2.1.3. Bentuk-bentuk Komunikasi.....	17
2.2.1.4. Tujuan Komunikasi	18
2.2.2 Komunikasi Interpersonal.....	18
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Interpersonal	18
2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Interpersonal	19

2.2.3 Komunikasi Massa	21
2.2.3.1 Definisi Komunikasi Massa.....	21
2.2.3.2 Efek Komunikasi Massa	21
2.2.4 Perilaku Konsumtif.....	22
2.2.4.1 Definisi Perilaku Konsumtif.....	22
2.2.4.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumtif.....	22
2.2.4.3 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	27
2.2.5 Budaya K-Pop.....	28
2.2.5.1 Definisi Budaya K-Pop.....	28
2.2.5.2 Pengaruh Budaya K-Pop.....	29
2.2.6 Penggemar Kpop	30
2.2.7. Keputusan Pembelian.....	31
2.2.7.1. Definisi Keputusan Pembelian	31
2.2.7.2. Fakor-faktor Keputusan Pembelian	32
2.2.7.3. Perspektif alternatif pada pengambilan keputusan	33
2.2.8 Media Sosial.....	34
2.2.9 X.....	35
2.3. Kerangka Teoritis	38
2.3.1 Fenomenologi Alfred Schutz.....	38
2.3.2 Konstruksi Sosial	42
2.4. Kerangka Pemikiran	45
BAB III.....	48
SUBJEK, OBJEK, METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Subjek, Objek, dan Metodologi	48
3.1.1 Subjek Penelitian	48
3.1.2 Objek Penelitian.....	53
3.1.3 Metode Penelitian	54
3.1.3.1 Desain/Paradigma Penelitian.....	55
3.1.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	57
3.1.3.3 Rancangan Analisis Data	59
3.1.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	60
3.1.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian	62
3.1.5 Lokasi dan Jadwal penelitian	62

3.1.5.1 Lokasi Penelitian	62
3.1.5.2 Jadwal Penelitian	63
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Hasil Penelitian	65
4.1.1 Deskripsi Informan Penelitian	68
4.1.2 Motif Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop	70
4.1.3 Tindakan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop	85
4.1.4 Makna Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop	93
4.1.5 Konstruksi Sosial Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop.....	103
4.2 Pembahasan Penelitian	113
4.2.1 Motif Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop	114
4.2.2 Tindakan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop	117
4.2.3 Makna Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop	119
4.2.4 Konstruksi Sosial Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop	122
BAB V.....	126
KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 X sebagai media platform penjualan merchandise K-Pop.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Subjek Penelitian	51
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	64
Tabel 4. 1 Motif Informan Inti.....	82
Tabel 4. 2 Motif Informan Pendukung.....	83
Tabel 4. 3 Motif Informan Ahli	84
Tabel 4. 4 Tindakan Informan Inti.....	91
Tabel 4. 5 Tindakan Informan Pendukung.....	92
Tabel 4. 6 Tindakan Informan Ahli	93
Tabel 4. 7 Makna Informan Inti.....	100
Tabel 4. 8 Makna Informan Pendukung.....	101
Tabel 4. 9 Makna Informan Ahli	103
Tabel 4. 10 Konstruksi Sosial Informan Inti.....	110
Tabel 4. 11 Konstruksi Sosial Informan Pendukung.....	111
Tabel 4. 12 Konstruksi Sosial Informan Ahli	112