

DAFTAR ISI

		Halaman
ABSTRAK.....		i
ABSTRACT.....		ii
KATA PENGANTAR.....		iii
DAFTAR ISI.....		xi
DAFTAR TABEL		xiii
DAFTAR GAMBAR.....		xiv
DAFTAR LAMPIRAN		xv
 BAB I	PENDAHULUAN	1
1.1	Konteks Masalah	1
1.2	Fokus Penelitian	9
1.3	Pertanyaan Penelitian	9
1.4	Tujuan Penelitian.....	9
1.5	Setting Penelitian	10
1.6.	Kegunaan Penelitian.....	10
1.6.1	Kegunaan Teoritis	10
1.6.2	Kegunaan Praktis	11
1.7	Kerangka Pemikiran	11
 BAB II	TINJAUAN TEORITIS.....	21
2.1	Kajian Pustaka.....	21
2.2	Tinjauan Teori.....	22
2.2.1	Komunikasi.....	22
2.2.2	Jenis Komunikasi	23
2.2.2.1	Komunikasi Verbal.....	23
2.2.2.2	Komunikasi Nonverbal	25
2.2.3	Komunikasi Artifaktual.....	27
2.2.4	Pakaian Sebagai Media Komunikasi.....	29
2.2.5	Tinjauan Tentang Budaya.....	32
2.2.6	Pakaian dan Kosmetik Sebagai Media Komunikasi	33
2.2.7	Identitas Busana dan Kosmetik	36
2.2.8	Teori Interaksi Simbolik.....	38
2.2.8.1	Interaksi Simbolik dalam Kenyataan Sosial	46
2.2.8.2	Manusia dan Makna dalam Perspektif Interaksi Simbolik	48
2.2.9	Teori Presentasi Diri.....	49
2.2.10	Citra	51

	Halaman
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	55
3.1 Metode dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.1.1 Pengertian Penelitian Kualitatif.....	55
3.1.2 Pendekatan Penelitian Interaksi Simbolik.....	56
3.1.3 Teknik Pengumpulan Data	58
3.1.4 Teknik Analisis Data	60
3.1.5 Wilayan dan Subjek Penelitian.....	61
3.1.6 Uji Keabsahan Data	63
BAB IV PEMBAHASAN.....	67
4.1 Temuan Lapangan	71
4.1.1 Identitas sosial sebagai pertimbangan cara berpakaian dan pemakaian <i>make up</i> mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha	71
4.1.2 Pengambilan Keputusan Berpakaian dan <i>Make up</i> Untuk Membangun Citra Diri Mahasiswa Manajemen saat berinteraksi di lingkungan Universitas Kristen Maranatha	91
4.1.3 Arti Simbol Berpakaian dan Pemakaian <i>Make up</i> di Lingkungan Terdekat mengenai pembentukan Citra Diri mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha	105
4.2 Analisis Pembahasan	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	132
5.1 Kesimpulan	132
5.1.1 Identitas Sosial Sebagai Pertimbangan Cara Berpakaian dan <i>Make Up</i> Mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha	132
5.1.2 Pengambilan Keputusan Berpakaian dan <i>Make Up</i> dalam Membangun Citra Diri Mahasiswa Manajemen saat Berinteraksi di Lingkungan Sekitar Universitas Kristen Maranatha	133
5.1.3 Arti Simbol Pakaian dan Pemakaian <i>Make Up</i> di Lingkungan Terdekat Terhadap Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha	133
5.2 Saran	134
5.2.1 Saran Teoritis	134
5.2.2 Saran Praktis	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	138