

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL DALAM 1.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN JUDUL DALAM 2.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
UCAPAN TERIMAKASIH.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2 Rumusan Masalah.....	I-6
1.3 Tujuan Masalah.....	I-7
1.4 Manfaat.....	I-7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	I-7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	I-8
1.5 Tinjauan Pustaka.....	I-8
1.6 Definisi Konseptual.....	I-12
1.6.1 Kebiasaan <i>Shopaholic</i> dalam Penemuan Informasi.....	I-12
1.6.2 Preferensi Sumber Infomasi Shopaholic dalam Penemuan Informasi.....	I-13
1.6.3 Penyelesaian Masalah Shopaholic dalam Penemuan Infomasi.....	I-13
1.7 Definisi Operasional.....	I-14
1.7.1 Kebiasaan <i>Shopaholic</i> dalam Penemuan Informasi.....	I-14
1.7.2 Preferensi Sumber Informasi Shopaholic dalam Penemuan Informasi.....	I-14
1.7.3 Penyelesaian Masalah <i>Shopaholic</i> dalam Penemuan Informasi.....	I-15
1.8 Metode dan Prosedur Penelitian.....	I-15
1.8.1 Metode Penelitian.....	I-15
1.8.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	I-16
1.8.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	I-16
1.9 Rencana Analisis.....	I-18
1.9.1 Teknik Pengumpulan Data.....	I-18
1.9.2 Teknik Pengolahan Data.....	I-19

1.9.3 Teknik Analisis Data.....	I-20
BAB II GAMBARAN UMUM.....	II-1
2.1 Fashion Mahasiswa di Surabaya.....	II-1
2.2 Pengertian Fashion	II-2
2.3 Macam - Macam Fashion Style	II-5
2.4 Pengertian Mahasiswa Shopaholic.....	II-5
BAB III TEMUAN DATA.....	III-1
3.1 Latar Belakang dan Identitas Responden.....	III-1
3.2 Kebiasaan Mahasiswa dalam Penemuan Informasi Fashion..	III-3
3.3 Preferensi Sumber Informasi Mahasiswa Shopaholic dalam Penemuan Informasi.....	III-15
3.4 Penyelesaian Masalah Mahasiswa Shopaholic dalam Penemuan Informasi.....	III-26
BAB IV ANALISIS DATA DAN INTERPRETASI TEORITIK.....	IV-1
4.1 Kebiasaan Shopaholic dalam Penemuan Informasi tentang Fashion.....	IV-1
4.2 Preferensi Sumber Informasi Shopaholic dalam Penemuan Informasi.....	IV-8
4.3 Penyelesaian Masalah Shopaholic dalam Penemuan Informasi.....	IV-16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
5.1 Kesimpulan.....	V-1
5.2 Saran.....	V-6

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Jenis Kelamin III-1
Tabel 3.2	Asala Instansi III-2
Tabel 3.3	Sosial Media yang Dimiliki..... III-3
Tabel 3.4	Informasi Fashion yang Paling Sering Dicari..... III-4
Tabel 3.5	Gaya Fashion yang Disukai..... III-5
Tabel 3.6	Tokoh yang Menjadi Idola..... III-6
Tabel 3.7	Alasan Mengidolakan Sosok Idola..... III-6
Tabel 3.8	Intensitas Mengakses Sosok Idola dalam Kurun Waktu Satu Minggu..... III-7
Tabel 3.9	Penemuan Informasi Lain Selain dari Sosok Idola..... III-8
Tabel 3.10	Tingkat Keseringan Menelusur Informasi Selain kepada Sosok Idola..... III-9
Tabel 3.11	Waktu yang Disukai untuk Menemukan Informasi..... III-10
Tabel 3.12	Durasi yang Dihabiskan untuk Menemukan Informasi..... III-11
Tabel 3.13	Alasan Melakukan Penemuan Informasi..... III-12
Tabel 3.14	Tujuan Melakukan Penemuan Informasi Fashion..... III-13
Tabel 3.15	Bentuk Kegiatan untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi yang Diinginkan..... III-14
Tabel 3.16	Perangkat Teknologi Terkoneksi Internet yang Paling Sering Digunakan..... III-15
Tabel 3.17	Bentuk Informasi Fashion yang Disukai..... III-16
Tabel 3.18	Sumber Informasi yang Dipilih untuk Menemukan Informasi... III-17
Tabel 3.19	Alasan Memilih Sumber tersebut untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi..... III-18
Tabel 3.20	Sumber Informasi yang Mudah untuk Didapatkan..... III-19
Tabel 2.21	Asal Sumber Informasi yang Diperoleh..... III-20
Tabel 2.22	Platform yang Paling Sering Digunakan untuk Mendapatkan Informasi..... III-20
Tabel 2.23	Media Sosial yang Sering Digunakan..... III-21
Tabel 2.24	Market Place yang Sering Digunakan..... III-22
Tabel 2.25	Search Engine yang Sering Digunakan..... III-23
Tabel 2.26	Intensitas Mengakses Media Sosial dalam Satu Minggu..... III-24
Tabel 2.27	Intensitas Mengakses Market Place dalam Satu Minggu..... III-25
Tabel 2.28	Intensitas Mengakses Search Engine dalam Satu Minggu..... III-25
Tabel 2.29	Mengalami Kendala dalam Penemuan Informasi..... III-26
Tabel 2.30	Tingkat Keseringan Menemukan Hambatan..... III-27
Tabel 2.31	Bentuk Kendala yang Pernah Dialami..... III-28
Tabel 2.32	Hasil Penelusuran Informasi Fashion yang Dilakukan..... III-29
Tabel 2.33	Tindakan yang Dilakukan jika Mendapatkan Informasi Sesuai Kebutuhan..... III-30
Tabel 2.34	Tindakan yang Dilakukan jika Informasi yang Dibutuhkan III-31

	Memerlukan Biaya Lebih.....	
Tabel 2.35	Tindakan yang Dilakukan ketika Membutuhkan Informasi Fashion Mendadak.....	III-32
Tabel 2.36	Tindakan yang Dilakukan ketika Membutuhkan Informasi Fashion dalam Waktu Singkat.....	III-33

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Model <i>Everyday Life Information Seeking</i> – ELIS.....	I-8