

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Elva Laily

Fesyen dan Konstruksi Identitas

Studi Etnografi Komunikasi terhadap Fesyen Pengunjung X Plaza)

Tahun Skripsi: 2008. xi + 108 hal + 61 halaman catatan lapangan + 13 halaman lampiran + 11 hal tabel.

Daftar Kepustakaan: 19 buku + 4 Jurnal + 6 sumber online (1981-2007)

Studi ini berusaha memahami dan menggambarkan suatu proses budaya yang terbangun karena adanya proses komunikasi dengan menganalisis konstruksi identitas melalui fesyen pengunjung X Plaza. Tujuan dari penelitian ini adalah menemukan dan menggambarkan pola-pola pandangan perilaku pengunjung X Plaza berkenaan dengan konstruksi identitas mereka, sehingga dapat memahami proses komunikasi dan makna identitas pengunjung X Plaza yang dikonstruksi melalui fesyen. Studi ini menggunakan kerangka konseptual mengenai fesyen dan identitas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode etnografi komunikasi yang dianalisis dengan melihat komunikasi sebagai proses produksi pesan dalam paradigma konstruktivistik. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengunjung X Plaza merupakan bagian dari masyarakat dengan (sumber: ...)

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Political and Social Sciences

Communication Department

Majoring Public Relations

Elva Laily

Fashion and Identity Construction

The Study of Ethnography Communication toward the Visitors Fashion of Plaza X

Year: 2008, xi + 108 pages + 61 field notes + 13 appendices + 11 tables

References: 19 books + 4 journals + 6 websites (1981 – 2007)

The study is an attempt to figure out and describe the cultural process which is constructed because of communication process by analyzing the construction of identity through the fashion shown by the visitors of X Plaza. The research aims to find out and describe the customers attitude of X Plaza towards the construction of their identity in order to understand the communication process and the identity of the X Plaza visitors which is constructed through fashion. The conceptual framework on fashion and identity is used in this study. The methodology used is ethnography communication which is analyzed through communication as the process of message production in constructivism medium. The findings show that the visitors of Plaza X are a reflection of mass society.