

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Aspek Teoretis.....	8
1.4.2 Aspek Praktis.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Teori Komunikasi Identitas (<i>Communication Theory of Identity</i>).....	10
2.1.2 UMKM.....	12
2.1.3 Pelaku Usaha Mikro	15
2.1.4 <i>Fashion</i> Muslim.....	17
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36

3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3.1 Subjek Penelitian.....	37
3.3.2 Objek Penelitian.....	37
3.4 Lokasi Penelitian.....	37
3.5 Unit Analisis Penelitian	37
3.6 Informan Penelitian.....	39
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.7.1 Wawancara.....	41
3.7.2 Observasi.....	41
3.7.3 Dokumentasi.....	42
3.8 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	42
3.8.1 Metode Analisis Data.....	42
3.8.2 Penjagaan Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Reduksi Data.....	45
4.1.2 Informan Penelitian.....	50
4.1.3 <i>Personal Layer</i>	54
4.1.4 <i>Enactment Layer</i>	62
4.1.5 <i>Relational Layer</i>	69
4.1.6 <i>Communal Layer</i>	75
4.2 Pembahasan.....	80
4.2.1 <i>Personal Layer</i>	80
4.2.2 <i>Enactment Layer</i>	81
4.2.3 <i>Relational Layer</i>	82

4.2.4 <i>Communal Layer</i>	83
4.2.5 <i>Cluster Analysis</i>	84
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Teoretis.....	91
5.2.2 Saran Praktis.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	121