

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA TULIS SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kegunaan Penelitian	12
1.5.1. Kegunaan teoritis	12
1.5.2. Kegunaan praktis	12
1.6. Kerangka Pemikiran	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	18
2.2. Hedonisme	19
2.2.1. Jenis -jenis Hedonisme	20

2.2.2.	Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonisme	21
2.2.3.	Faktor-faktor Hedonisme	21
2.2.4.	Karakteristik Gaya Hidup Hedonisme	22
2.3.	Perubahan Sikap dan Perilaku	23
2.3.1.	Pengertian Perubahan Sikap dan Perilaku	23
2.3.2.	Penyebab Perubahan Sikap dan Perilaku	24
2.4.	Mahasiswa	26
2.4.1.	Karakter Mahasiswa	27
2.4.2.	Peran Mahasiswa	28
2.5.	Instagram	29
2.5.1.	Fitur-fitur yang terdapat di Instagram	30
2.5.2.	Kelebihan dari Instagram	33
2.5.3.	Kekurangan dari Instagram	33
2.6.	Teori Konsumsi Thorstein Veblen	34
2.6.1.	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif	35
2.6.2.	Aspek-aspek perilaku konsumtif	37
2.6.3.	Indikator perilaku konsumtif	38
2.7.	Teori Dramaturgi Erving Goffman	39
2.7.1.	Panggung Depan (<i>Front Stage</i>)	41
2.7.2.	Panggung Belakang (<i>Back Stage</i>)	42
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1.	Metode Penelitian	45
3.2.	Sumber Data	46
3.2.1.	Sumber Data Primer	46
3.2.2.	Sumber Data Sekunder	46

3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3.1. Observasi	47
3.3.2. Wawancara.....	48
3.3.3. Dokumentasi	49
3.4. Teknik Analisis Data.....	49
3.4.1. Reduksi Data.....	50
3.4.2. Penyajian Data	50
3.4.3. Penarikan Kesimpulan	50
3.5. Tempat dan Jadwal Penelitian	51
3.5.1. Tempat Penelitian.....	51
3.5.2. Jadwal Penelitian	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
4.1.1. Profil Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung.....	53
4.1.2. Profil Program Studi Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	58
4.1.3. Mahasiswa Program Studi Manajemen Yang Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram Tahun Ajaran 2020-2023.....	61
4.2. Hasil Pembahasan Penelitian.....	62
4.2.1. Tampak Depan (<i>front stage</i>) Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Manajemen UIN Bandung di Media Sosial Instagram.....	62
4.2.2. Tampak Belakang (<i>Back Stage</i>) Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Manajemen UIN Bandung pada Kehidupan Nyata.....	72

4.2.3. Dampak Penampilan Hedonisme di Instagram berpengaruh dalam kehidupan nyata	79
4. 3. Analisis Teori Terhadap Dampak Penampilan Hedonisme di Instagram.....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1. Simpulan.....	96
5.2. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	104

