

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	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	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead	10
2.1.2 Fenomenologi Sosial Alfred Schutz.....	13
2.1.3 Fenomena <i>Food Selfie</i> di Instagram.....	16
2.1.4 Karakteristik dan Kebiasaan Digital Generasi Z.....	18
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29

3.1.1	Paradigma Penelitian.....	30
3.1.2	Subjek dan Objek Penelitian	30
3.2	Lokasi Penelitian.....	31
3.3	Unit Analisis Penelitian.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1	Jenis Data	33
3.4.2	Strategi dan Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.4.3	Manajemen Data	43
3.5	Teknik Analisis dan Validasi Data.....	44
3.5.1	Teknik Analisis Data	45
3.5.2	Teknik Validasi Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Profil Informan Kunci dan Pendukung	51
4.1.2	Penelusuran Tema Fenomenologi	59
4.1.3	Tematik Deskriptif Fenomenologi	81
4.1.4	Hasil Observasi Akun Instagram Informan Kunci	88
4.2	Analisis Tekstural Deskriptif.....	94
4.2.1	Motif di Balik Praktik <i>Food Selfie</i> pada Generasi Z di Instagram.....	94
4.2.2	Tipifikasi Motif Tindakan Alfred Schutz	106
4.2.3	Makna di Balik Praktik <i>Food Selfie</i> pada Generasi Z di Instagram.	109
4.3	Pembahasan.....	118
4.3.1.	Motif dalam Praktik <i>Food Selfie</i> oleh Generasi Z di Instagram	119
4.3.2.	Makna dalam Praktik <i>Food Selfie</i> oleh Generasi Z di Instagram	124
BAB V PENUTUP.....		133
5.1	Kesimpulan	133
5.2	Saran.....	134

5.2.1	Saran Akademis.....	134
5.2.2	Saran Praktis	135
DAFTAR PUSTAKA		136
LAMPIRAN.....		143