

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
MOTTO.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Tinjauan Pustaka.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.6 Metode Penelitian.....	15
BAB II PANDEMI COVID-19 MEMPRAKARSAI WIRAUSAHA PRINTILAN K-POP DI INDONESIA.....	23
2.1 Kondisi Masyarakat Indonesia Era dan Pasca Pandemi COVID-19	22
2.1.1 Pengaruh Pandemi COVID-19 dalam Lingkungan Kerja.....	22
2.1.2 Pengaruh Pandemi COVID-19 dalam Lingkungan Akademik.....	26
2.2 Pandemi COVID-19 dalam Mempengaruhi Pembentukan Sebuah Usaha	
2.2.1 Pendorong Lainnya Usaha Printilan K-Pop di Indonesia.....	29
2.2.2 Memahami dan Memanfaatkan Peluang Pasar.....	33
2.3 Mengenal Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia.....	36
BAB III FAKTOR DALAM MELIHAT PELUANG PASAR PRINTILAN K-POP DI MEDIA SOSIAL.....	42
3.1 Minit Karir di Kala Pandemi COVID-19.....	42
3.2 Perjalanan dalam Membangun dan Mengembangkan Usaha Printilan K-Pop.....	53
3.3 Perbandingan Peluang Pasar dari Masa Pandemi COVID-19 dengan Pra.....	61



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Generasi Muda Indonesia dalam Membangun Bisnis Printilan K-Pop: Studi Kasus terhadap Transaksi Jual-Beli Melalui Media Sosial

Putri Sekar Melati, Prof. Dr. Setiadi, S.Sos, M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

BAB IV PERSEPSI PELAKU USAHA DALAM MENGHADAPI KETIDAKPASTIAN

PASAR..... 68

- 4.1 Mengulik Interaksi dan Relasi di Dalam Komunitas Penggemar K-Pop..... 68
- 4.2 Konsumerisme sebagai Hasil dari Interaksi..... 71
- 4.3 Strategi dalam Menghadapi Ketidakpastian Pasar..... 76

BAB V KESIMPULAN..... 83

DAFTAR PUSTAKA..... 85