

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat penelitian	15
1.5. Tinjauan Pustaka	16
1.6. Landasan Teori	22
1.6.1. Arena Konsumsi dan Diferensiasi	26
1.6.2. Kelimpahruahan dan Manipulasi Tanda	30

1.6.3. Fesyen dalam Kehidupan Modern	29
1.7. Metode Penelitian	32
1.7.1. Pendekatan Penelitian	32
1.7.2. Tahapan Penelitian	36
1.7.1.1 Menetapkan Lingkup Topik dan Waktu Penelitian	36
1.7.1.2. Pengumpulan data	35
1.7.1.3. Analisis Data	37
1.8 Sistematika Penulisan	39
BAB II LOUIS VUITTON: KEJAYAAN HINGGA KONTRADIKSI	41
2.1 Louis Vuitton dan Bagian Sejarah yang Dihilangkan	42
2.2.1 Metamorfosis Louis Vuitton	42
2.2.3 Hubungan Rahasia dengan Rezim Vichy	48
2.1.3 Ironi di Balik LVMH	56
2.2 Dari Eropa hingga Asia: Rival, Pasar, dan Pemalsuan	60
2.2.1 Penaklukan dan Skandal di Pasar Eropa	61
2.2.2 Ekspansi dan Gelombang Pemalsuan di Asia	62
BAB III PRAKTIK KONSUMSI DALAM JERAT	
KELIMPAHRUAHAN	66
3.1 Demam Louis Vuitton di Indonesia	66
3.1.1 Konsumsi dalam Perdebatan ‘Orang Kaya’	71
3.1.2 Kelas Menengah Atas di Tengah Pasar Fesyen Premium	76

3.1 Louis Vuitton di Tangan Perempuan Pekerja Lapis Atas.....	82
3.2 Bom Tas LV ‘Kw’ Asal China di Indonesia	88
3.2.1 <i>Duo</i> Vuitton dalam Monopoli Perbedaan	95
3.2.2 Menyiasati Regulasi.....	104
3.3 Perangkat Kelimpahruahan	107
3.3.1 Status dalam Dimensi Keselamatan.....	114
3.3.2 Eksklusivitas: Celah, Adaptasi, dan Penaklukan	117
BAB IV MENYOAL DIFERENSIASI:AKTUALISASI DIRI	
DAN PERSONALIFIKASI	121
4.1 Konsumsi sebagai Aktualisasi Diri	122
4.1.1 Kontradiksi Konsumsi: Ancaman dan Peningkaran	139
4.2 Diferensiasi dalam Hierarki Perempuan Pekerja Lapis Atas	140
4.2.1 Diferensiasi dalam Personalitas	148
BAB V PENUTUP	152
5.1 Kesimpulan	152
5.2 Saran.....	161
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Potongan video iklan tas tangan LV, di mana LV dicitrakan sebagai produk mewah legendaris Perancis	3
Gambar 2.1	Louis Vuitton bersama istrinya (Clemence-Emilie Parriaux), dan putra mereka (George Vuitton)	44
Gambar 2.2	Bagian muka toko LV di Rue Scribe	45
Gambar 2.3	Bagian dalam toko LV di Rue Scribe	45
Gambar 2.4	Koper Monogram (1896) dan Damier (1888) berlapis kanvas	46
Gambar 2.5	Koper kanvas <i>Striped</i> (1872) dan <i>Trianon Gray</i> (1854)	47
Gambar 2.6	Koper kanvas <i>Caned</i> (1998)	47
Gambar 2.7	Kunci <i>Tumbler</i>	47
Gambar 2.8	Beberapa seragam Nazi rancangan Hugo Boss	50
Gambar 2.9	Salah satu kampanye <i>AUTUMN/WINTER 2011</i> (AW11) LV yang terinspirasi dari film <i>The Night Porter</i>	55
Gambar 2.10	Salah satu karya Jeff Koons	60
Gambar 2.11	Salah satu koleksi Louis Vuitton X Supreme	60
Gambar 3.1	<u>Pembuatan</u> tas LV banyak melibatkan proses manual	97
Gambar 3.2	Penempatan pola dari motif <i>Monogram</i> pada tas LV orisinal tampak simetris	98
Gambar 3.3	Contoh bagian tas dijahit manual	99
Gambar 3.4	<i>D-Ring</i> tas LV orisinal memiliki bentuk melengkung	100
Gambar 3.5	menyerupai huruf 'D', bukan huruf 'O' Label LV terbuat dari kulit yang diembos	100
Gambar 3.6	Tali tas LV orisinal tampak lebih rapi baik jahitan maupun irisan materialnya	101
Gambar 3.7	<i>Production Code</i> biasanya tersembunyi pada lipatan	101

	resleting bagian dalam, di balik bagian D-RING	
Gambar 3.8	<i>Hardware</i> tas LV orisinal lebih mengkilap dan terbuat dari logam	103
Gambar 3.9:	Tas LV orisinal dilengkapi kain pelapis dengan ujung siku-siku dan warna yang lebih gelap	103
Gambar 4.1	Berbagai aplikasi belanja <i>online</i> yang menawarkan kemudahan belanja	136
Gambar 4.2	Contoh produk <i>handmade</i> lokal (merek <i>Not too Shabby</i>) yang mulai menggeser minat masyarakat dari tas Kw	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Tas LV Kw impor sebelum 2012	89
Tabel 1.2	Perkembangan Tas LV Kw impor pada 2012-2015	90
Tabel 1.3	Perkembangan Tas LV Kw impor pada 2015 hingga medio 2017	90
Tabel 2.4:	<i>Production Code LV</i>	102