

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
INTISARI .....	ix
ABSTRACT .....	ixi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Konsep <i>Publicness</i> .....	10
2.1.1.1 Pasar Tradisional .....	13
2.1.1.2 Konsep <i>Branding</i> .....	16
2.1.1.3 Batik .....	19
2.1.2 Konsep Jaringan (Networking) .....	19
2.1.3 Konsep Kepentingan Aktor .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
3.1 Desain Penelitian .....	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.3 Teknik Analisis Data .....	29
3.4 Lokasi Penelitian .....	31

3.5	Subjek Penelitian.....	31
BAB IV DESKRIPSI OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN .....		32
4.1.	Pasar Beringharjo .....	32
4.1.1.	Profil Pasar Beringharjo .....	32
4.1.2.	Lokasi Pasar Beringharjo.....	35
4.2.	Sentra Batik Pasar Beringharjo .....	36
4.3.	Sekilas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta .....	37
4.4.	Paguyuban Pedagang Batik .....	40
4.5.	Pengelolaan Sentra Batik Pasar Beringharjo .....	41
BAB V PEMBAHASAN .....		43
5.1.	<i>Publicness</i> Pada Pasar Tradisional.....	43
5.2.	Kepentingan Aktor dan Jaringan Pengelolaan.....	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		62
6.1.	Kesimpulan .....	62
6.2.	Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....		65
LAMPIRAN .....		70