

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI.....	iii
MOTTO	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR SKEMA	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Relevansi dengan Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan	6
1.3. Aktualitas Penelitian	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.5.1. Tujuan Penelitian	12
1.5.2. Manfaat Penelitian	13
1.6. Tinjauan Pustaka	13
16.1. Keterlibatan Konsumen atas Pengonsumsian Mi Instan Organik	13
1.5.2. Tipologi Kesadaran Konsumen atas pengonsumsian Mi Instan Organik menurut Paulo Freire	25
BAB II.....	28
METODE PENELITIAN	28
2.1. Jenis Penelitian.....	28
2.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	29
2.2.1. Sumber Data	29
2.2.2. Unit Analisis	33
2.3. Teknik Pengumpulan Data.....	35
2.4. Teknik Analisis Data.....	37
2.5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	38



BAB III	39
TINJAUAN UMUM PENELITIAN	39
3.1.Deskripsi Umum Penelitian	39
3.1.1. Ruang Lingkup Penelitian	39
3.1.2. Profile Informan.....	40
3.1.2.1.Sheila Nurbaeti, mahasiswa Hukum Internasional.....	40
3.1.2.2.Annendya Titi Hapsari, mahasiswa Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan	41
3.1.2.3.Marthain, mahasiswa Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan.....	42
3.1.2.4.Ismiatun, mahasiswa Gizi Kesehatan	42
3.1.2.5.Meilani, mahasiswa Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan.....	44
3.1.2.6.Natasha Primatyasari, mahasiswa Pariwisata.....	44
3.1.2.7.Nurmaladewi, mahasiswa Gizi Kesehatan	45
3.1.2.8.Oktova Adelina, mahasiswa Teknologi Pertanian.....	46
3.1.2.9. Arieanne Putri, mahasiswa Biologi	46
3.1.2.10. Sari Handayani, mahasiswa Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan.	47
3.1.2.11.Enny Susilowati, mahasiswa Filsafat	48
3.1.2.1.2 Yosephina Anandati, alumni Gizi Kesehatan (Ahli Gizi Dietsien Pediatric Reaserch Office RSUP Dr. Sardjito-UGM	48
3.2. Konsumsi dan Konsumen Mi Instan Organik.....	49
3.3.Mi Instan Organik.....	50
BAB IV	54
ANALISIS	54
4.1. Keterlibatan Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik	55
4.1. 1. Nilai dan Konsep Konsumendari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik.....	58
4.1.2. Relevansi Praktis Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik.....	61
4.1.3. Pengaruh Eksternal bagi Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik	68
4.1.4. Informasi Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik.....	73
4.2.Kesadaran Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas pengonsumsian Mi Instan Organik	76
4.2.1 Keterlibatan Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik.....	79
4.2.2. Pikiran Konsumen atas Pengonsumsian Mi Instan Organik.....	80
4.2.2.1 Dampak bagi Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik	82



4.2.2.2. Perbandingan Mi Instan Organik dengan Mi Instan Konvensional bagi Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik.....	85
4.2.2.3. Makna Organik bagi Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik	88
4.2.2.4. Kontradiksi Makna Organik bagi Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik	90
4.2.2.5. Penyelesaian Kontradiksi Makna Organik oleh Konsumen dari Kalangan Mahasiswa UGM atas Pengonsumsian Mi Instan Organik.....	93
BAB V	96
REFLEKSI	96
5.1. Keterlibatan Rendah Konsumen atas Pengonsumsian Mi Instan Organik	96
5.2. Kesadaran Naif Konsumen atas pengonsumsian Mi Instan Organik.....	105
BAB VI	112
KESIMPULAN DAN SARAN	112
6.1 Kesimpulan.....	112
6.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117
<i>Lampiran 2.1.</i>	<i>122</i>
<i>Lampiran 3.1.</i>	<i>124</i>
<i>Lampiran 5.1</i>	<i>127</i>