

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Kerangka Pemikiran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Empiris	14
2.2 Tinjauan Teoritis	16
2.2.1 Definisi Interaksi Simbolik	16
2.2.2 Sosialisasi	21
2.2.3 Masyarakat Perkotaan	23
2.3 Industri Kreatif	24
2.3.1 Definisi Industri Kreatif	24
2.3.2 Jenis Industri Kreatif	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Sumber dan Jenis Data	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Analisis Data	38
3.6 Jadwal dan Tempat	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.1.1 Lokasi Penelitian Bandung <i>Creative Hub</i>	42
4.1.2 Pendirian Bandung <i>Creative Hub</i>	43
4.1.3 Visi Misi	44
4.1.4 Struktur Organisasi	45
4.1.5 Data Industri Kreatif	49
4.1.6 Data Pelaku Kreatif Kota Bandung	51
4.2 Hubungan Interaktif Sebelum dan Sesudah adanya Bandung <i>Creative Hub</i> (BCH)	55
4.2.1 Interaksi Sebelum adanya Bandung <i>Creative Hub</i> (BCH) ...	56
4.2.2 Interaksi Sesudah adanya Bandung <i>Creative Hub</i> (BCH)	61
4.3 Faktor Pendukung Interaksi Kreator dengan Peserta	69
4.3.1 Ketertarikan Peserta dengan Sektor Kreatif	69
4.3.2 Penyampaian dan Sosialisasi yang Baik	74

4.3.3 Jalinan Kerja Sama	77
4.3.4 Sarana Pendukung	79
4.4 Upaya Pertahanan Hubungan Sosial Kreator dengan Peserta	82
4.4.1 Menjaring Orang Potensial di Industri Kreatif	82
4.4.2 Mempertahankan Hubungan Antar Pelaku Kreatif	86
4.4.3 Memberikan Kontribusi Terhadap Masyarakat	90
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

