

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan dan Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Budaya dan Ikon – ikon budaya .....	8
1. Budaya.....	8
2. Ikon Budaya.....	13
a. Ikon dalam Semiotika .....	13
b. Ikon Budaya .....	24
B. Budaya visual .....	36
C. Konsep Persepsi dan Tingkatan Persepsi .....	44
D. Psikologi Remaja .....	53
E. Masyarakat Kota .....	59
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	64
B. Lokasi Penelitian dan Subjek Penelitian .....	64
C. Teknik Pengumpulan Data .....	65
E. Strategi Analisis Data .....	68
F. Definisi Istilah .....	69

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	70
1. Kota Bandung .....	70
2. Remaja Kota Bandung .....	88
B. Hasil Penelitian .....	95
1. Ikon- Ikon Budaya Visual Kota Bandung .....	95
a. Peta Ikon Budaya Visual Kota Bandung .....	93
b. Tinjauan Konstruksi Ikon Budaya Visual Kota Bandung .....	97
2. Persepsi Remaja Kota Bandung tentang Ikon-Ikon Budaya Visual.....	204
a. Profil Responden.....	204
b. Ikon – Ikon Budaya Visual Menurut Persepsi Remaja Kota Bandung .....	207
c. Peta Ikon Budaya Visual dalam Persepsi Remaja/Responden ( Remaja usia SMA di kota Bandung) .....	243
1) Ikon menurut persepsi responden yang berada dalam wilayah persepsi pemerintah/kekuasaan .....	246
2) Ikon yang berada dalam wilayah persepsi pemerintah tapi tidak masuk dalam wilayah persepsi responden .....	249
3) Objek yang dipersepsi sebagai ikon oleh responden namun berada diluar wilayah persepsi pemerintah/kekuasaan .....	252
3. Pengkonstruksian Ikon - Ikon Budaya Visual Kota Bandung bagi Remaja Kota Bandung .....	253
a. Unsur – unsur yang Membangun Konstruksi Ikon Budaya Visual Kota Bandung .....	254
b. Proses Persepsi Ikon - Ikon Budaya Visual oleh Remaja Kota Bandung .....	256
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi .....	260
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	269
B. Saran.....	272
DAFTAR PUSTAKA.....	274

LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	281
BIODATA.....	301

### DAFTAR TABEL

#### Tabel

2.1	Objek- objek dalam ranah budaya visual menurut Walker dan Chaplin .....	41
4.1	Rutinitas- remaja kota Bandung pada hari sekolah (Senin-Sabtu) .....	90
4.2	Rutinitas remaja kota Bandung akhir pekan (Senin-Sabtu) .....	91
4.3	Kecenderungan pilihan sarana komunikasi remaja kota Bandung .....	92
4.4	Tempat yang dikunjungi saat waktu luang .....	93
4.5	Matriks syarat ikon Ritzer pada Monumen/patung di kota Bandung....	106
4.6	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori arsitektur .....	121
4.7	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori logo/symbol .....	133
4.8	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori transportasi .....	137
4.9	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori <i>industrial design</i> ...	139
4.10	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori <i>fashion</i> .....	145
4.11	Prasyarat ikon budaya kategori <i>landscape</i> dan taman .....	150
4.12	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori makanan .....	158
4.13	Prasyarat ikon budaya kategori seni pertunjukan .....	163
4.14	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori <i>fashion show</i> .....	166
4.15	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori festival .....	172
4.16	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori <i>funfair</i> .....	176
4.17	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori <i>theme park</i> dan wahana permainan .....	181
4.18	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori televisi .....	186
4.19	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori kartun .....	190
4.20	Prasyarat ikon budaya Ritzer&Lawrence kategori majalah .....	195
4.21	Matriks pemenuhan syarat ikon pada kategori Koran .....	199
4.22	Matriks pemenuhan syarat ikon pada <i>media online</i> .....	202
4.23	Pemetaan jawaban responden berdasarkan kriteria ikon budaya menurut responden .....	244
4.24	Pemetaan kepemilihan ikon menurut responden berdasarkan	

	lima kriteria ikon budaya menurut Ritzer & Lawrence (2008) .....	244
4.25	Perbandingan konstruksi ikon dan proses persepsi menurut Cordero (2006), Lindsay&Norman (1972) dan Morentin .....	254
4.26	Perbandingan antara persepsi masyarakat dengan remaja tentang ikon budaya visual kota Bandung .....	256



## DAFTAR GAMBAR

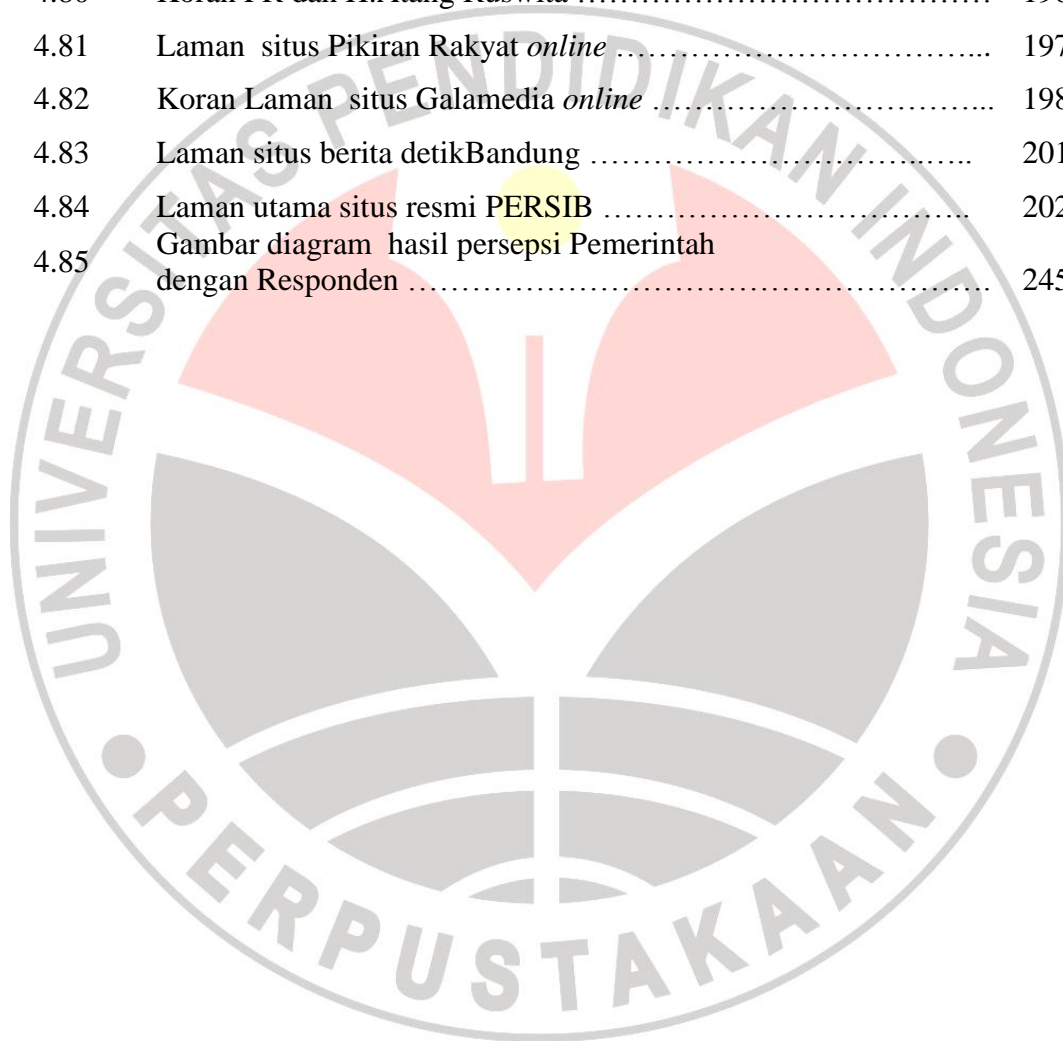
Gambar		
2.1	Proses Semiosis .....	15
2.2	Skema dimensi ikon budaya menurut Ritzer .....	26
2.3	Proses kognisi pada <i>cognitive mapping</i> .....	29
2.4	Ranah budaya visual menurut Walker dan Chaplin .....	41
2.5	Bagan Proses Persepsi .....	47
2.6	Bagan Proses Persepsi menurut Lindsay dan Norman (1977) .....	46
2.7	Hubungan antar faktor yang mempengaruhi persepsi .....	48
2.8	Diagram hasil pengukuran persepsi.....	52
4.1	Peta kecamatan di Kota Bandung .....	71
4.2	Pembangunan pesat di kota Bandung .....	73
4.3	Iklan perumahan mewah di majalah Mooi Bandung edisi 1930 an.....	75
4.4	Taman Maluku tahun 1920an dan 1930an .....	77
4.5	Iklan Ekspo Jaarbeurs di majalah MooiBandung 1940 .....	80
4.6	Iklan hotel Savoy Homann di majalah Bandung Mooi 1940 dan 1933.....	80
4.7	Iklan pada majalah MooiBandung tahun 1940 .....	81
4.8	Kolam renang Cihampelas .....	81
4.9	Bandung <i>Centrale Bibliotheek</i> .....	82
4.10	Laman situs resmi PEMKOT dan Dinas Pariwisata Kota Bandung .....	98
4.11	Buku Ensiklopedi Jawa Barat .....	98
4.12	Buku Peta Wisata Seni dan Budaya Kota Bandung .....	99
4.13	Peta wisata kota Bandung dari situs resmi Dinas Pariwisata .....	100
4.14	Buku Haryanto Kunto dan buku Her Suganda .....	101
4.15	Situs resmi komunitas, pengelola objek wisata, blog komunitas .....	102



4.16	Monumen BLA dan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat ...	103
4.17	Patung Ikan Jl.Ramdan dan Tugu Sepatu Cibaduyut .....	104
4.18	Patung Persib dan Patung Maung Bandung .....	105
4.19	Gedung Sate sebagai ikon wisata kota Bandung .....	111
4.20	Gedung Sate pada masa awal pembangunannya .....	110
4.21	Museum Geologi dan Museum KAA.....	113
4.22	Gedung Concordia/Merdeka dari masa ke masa .....	114
4.23	Hotel Homann dan Hotel Preanger dari masa ke masa .....	115
4.24	Grafiti dan vandalisme di seberang hotel Preanger .....	117
4.25	MAB 1880 dan MAB 1976 .....	117
4.26	MAB tahun 2008 .....	118
4.27	Lapangan Alun-alun halaman MAB .....	119
4.28	Jembatan Pasopati dari arah Cihampelas .....	120
4.29	Perubahan ruang dalam kota karena Jembatan Pasopati .....	120
4.30	Lambang kota Bandung pada masa Kolonial dan sekarang .....	126
4.31	Lambang Kesebelasan PERSIB .....	126
4.32	Seragam PERSIB dan aplikasi logo pada produk .....	127
4.33	Logo The Viking PERSIB dan atribut kelompok Viking .....	129
4.34	Atribut pendukung tim sepakbola Eropa .....	130
4.35	Logo BOMBER dan atribut kelompok BOMBER .....	131
4.36	Logo Ma Icih dan salah satu pendiri Ma Icih, Bob Merdeka .....	132
4.37	Penjualan produk Ma Icih .....	132
4.38	Angkot Dago-St.Hall .....	136
4.39	Laman situs “Angkot ti Bandung” dan Situs yang menampilkan rute trayek angkot .....	136
4.40	Bus DAMRI dan Trans Metro Bandung .....	137
4.41	Produk boneka Sukajadi dan suasana produksi di sentra industri.....	139
4.42	Suasana produksi sepatu di sentra industri sepatu Cibaduyut.....	138
4.43	Suasana di sentra penjualan Jeans Cihampelas .....	142
4.44	Dendy Darman dan Distro 347 .....	143

4.45	Pertokoan Distro di Plaza Parahyangan dan daerah jl.Trunojoyo .....	144
4.46	Beberapa FO di daerah jalan RE Martadinata .....	145
4.47	Lapangan Gasibu tahun 1930an dan tahun 2000an .....	148
4.48	Lapangan Tegalega tahun 2013 .....	149
4.49	Suasana produksi Tahu di sentra Tahu Cibuntu .....	154
4.50	Batagor dan Batagor Kering .....	154
4.51	Cireng “klasik” dan Cireng Keju .....	154
4.52	Cilok, Cireng dan Cireng ciri khas kota Bandung .....	155
4.53	Peuyeum dan Colenak .....	156
4.54	Berbagai produk Ma Icih .....	157
4.55	Situs resmi Ma Icih .....	158
4.56	Berbagai jenis Angklung yang umum di gunakan di SAU .....	161
4.57	Pagelaran Angklung oleh anak-anak di SAU .....	161
4.58	Alat musik Karinding .....	162
4.59	Pagelaran musik oleh Karinding Attack .....	162
4.60	Harajuku kreasi komunitas Harajuku Bandung .....	165
4.61	Butik Gonzo-Cihampelas .....	165
4.62	Poster Forum Film Bandung 2013 .....	169
4.63	Poster dan laman situs resmi Bandung Berisik 2012 .....	161
4.64	Pasar Seni ITB 2012 .....	170
4.65	Poster Braga Festival untuk media internet .....	170
4.66	Halaman utama laman BragaFest .....	171
4.67	Pasar Kaget Gasibu .....	175
4.68	TransStudio Bandung .....	177
4.69	Gerbang Kebun Binatang Bandung .....	178
4.70	Suasana Kebun Binatang Bandung saat musim liburan .....	179
4.71	Area dekat pintu masuk Taman lalu Lintas AISN .....	180
4.72	Suasana di Taman lalulintas AISN .....	180
4.73	Kantor TVRI Bandung di Cibaduyut .....	184
4.74	Logo Bandung TV .....	185

4.75	Logo PJTV .....	186
4.76	Kartun Mang Ohle .....	189
4.77	Budi Riyanto Karung dan Komik Aden Endul .....	190
4.78	Jilid Majalah Mangle dari masa ke masa .....	193
4.79	Laman Mangle <i>On-Line</i> .....	194
4.80	Koran PR dan H.Atang Ruswita .....	196
4.81	Laman situs Pikiran Rakyat <i>online</i> .....	197
4.82	Koran Laman situs Galamedia <i>online</i> .....	198
4.83	Laman situs berita detikBandung .....	201
4.84	Laman utama situs resmi PERSIB .....	202
4.85	Gambar diagram hasil persepsi Pemerintah dengan Responden .....	245





## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

4.1	Peta Kota Bandung .....	281
4.2	Peta Wisata Kota Bandung Versi Situs Dinas Pariwisata Kota Bandung .....	282
4.3	Matriks Ikon Budaya Visual Kota Bandung Versi Pemerintah dan Publikasi Pers dari Masa ke Masa .....	283
4.4	Rekapitulasi Jawaban Responden .....	287
4.5	Rekapitulasi Jawaban Responden - Persepsi tentang Ikon - Ikon Budaya Visual Kota Bandung .....	290
4.6	Peta konsep persepsi responden (Refi Yuanico) .....	293
4.7	Peta konsep persepsi responden (Rabiah) .....	294
4.8	Peta konsep persepsi responden (Intan) .....	295
4.9	Peta konsep persepsi responden (Faisal) .....	296
4.10	Peta konsep persepsi responden (Silmi) .....	297
4.11	Peta konsep persepsi responden (Sabiha) .....	298
4.12	Peta konsep persepsi responden (Sonya) .....	299
4.13	Peta konsep persepsi responden (Adi Purnama) .....	300