

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Identitas Komunikasi	9
2.1.2 Brand Personality.....	10
2.1.3 Komunitas	11
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Pendekatan Penelitian	25
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.4.1 Objek Penelitian	26
3.4.2 Subjek Penelitian	26
3.6 Informan Penelitian.....	28
3.6.1 Informan Kunci	28
3.6.2 Informan Pendukung	30
3.6.3 Informan Ahli	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7.1 Wawancara Mendalam	32
3.7.2 Dokumentasi	32
3.8 Teknik Keabsahan Data	32
3.8.1 Triangulasi Sumber	33
3.9 Teknik Analisis Data	33
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil	35
4.1.1. Informan Penelitian.....	35
4.1.2 Personal Layer.....	37
4.1.2 Enactment Layer	41
4.1.3 Relational Layer	43
4.1.4 Communal Layer.....	46
PEMBAHASAN	49

BAB V	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	58