

## 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