

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teoritis	10
2.1.1 <i>Communication Goals Theory</i>	10
2.2 Kajian Konseptual	11
2.2.1 Brand	11
2.2.2 <i>Brand awareness</i>	12
2.2.3 Komunitas	13
2.2.4 Sinergi	14
2.3 Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Subjek dan objek Penelitian	31
3.3.1 Subjek Penelitian	31

3.3.2 Objek Penelitian	31
3.4 Lokasi Penelitian	31
3.5 Informan Penelitian	32
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7 Metode Analisis Data	34
3.8 Penjagaan Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Profil Informan	36
4.2 Hasil Penelitian.....	37
4.2.1 Motivasi Kolaborasi Brand House of Smith dengan Komunitas Good Old Days.....	37
4.2.2 Perencanaan Kampanye Kolaboratif Good Gorilla.....	41
4.2.3 Strategi Membangun <i>Brand awareness</i> melalui Kolaborasi dengan Good Old Days.....	45
4.3 Pembahasan	49
4.3.1 Motivasi Kolaborasi Brand House of Smith dengan Komunitas Good Old Days.....	49
4.3.2 Perencanaan Kampanye Kolaboratif Good Gorilla.....	52
4.3.3 Strategi Membangun <i>Brand awareness</i> melalui Kolaborasi dengan Good Old Days.....	55
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Saran Akademis	60
5.2.2 Saran Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64