

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PESEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori.....	10
1.5.1 Komunikasi Kelompok.....	10
1.5.2 Pola Komunikasi Kelompok.....	10
1.5.3 Pembentukan Citra.....	14
1.5.4 Teori <i>Image Restoration</i>	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Strategi.....	19
2.2 Komunikasi Kelompok.....	20
2.2.1 Pengertian Komunikasi Kelompok.....	20
2.2.2 Proses Komunikasi Kelompok.....	20
2.2.3 Karakteristik Komunikasi Kelompok	22
2.2.4 Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi.....	23
2.3 Komunitas Motor.....	24

2.3.1 Pengertian Komunitas.....	24
2.3.2 Komunitas Motor dan Perbedaannya dengan Geng Motor	25
2.4 Citra Kelompok	27
2.4.1 Pengertian Citra Kelompok	27
2.4.2 Jenis Citra	27
2.4.3 Komponen Pembentukan Citra.....	29
2.5 Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Jenis penelitian	36
3.3 Objek Penelitian	37
3.4 Subjek Penelitian.....	37
3.5 Sumber data.....	38
3.6 Teknik pengumpulan data	39
3.7 Teknik analisis data	40
3.8 Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Pertimbangan Pemilihan Informan.....	44
4.2 Data Informan.....	46
4.3 Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.3.1 Profil	47
4.3.2 Logo dan Atribut.....	52
4.3.3 Visi dan Misi.....	53
4.3.4 Struktur	54
4.3.5 Kegiatan.....	54
4.4 Hasil Penelitian.....	56
4.4.1 Strategi Komunikasi Kelompok Motor FU Banjar <i>Association</i> (FUBA)	56
4.4.2 Strategi Sosial Media	63
4.4.3 Strategi Pembentukan Citra	64
4.5 Pembahasan	74
4.5.1 Analisis Pola Komunikasi.....	75

4.5.2 Analisis Teori <i>Image Restoration</i>	81
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92