

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
1.4.3 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	10
1.5.1 Teori GPA (<i>Goals-Plans-Action Theory</i>)	10
1.5.2 Model Perencanaan Komunikasi Kotler & Keller	13
1.5.3 <i>Customer Engagement</i>	21
1.6 Kerangka Pemikiran.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Perencanaan Komunikasi	25
2.2 Komunitas	27
2.3 <i>Customer Engagement</i>	30
2.4 Media Sosial.....	31
2.5 Penelitian Terdahulu.....	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	41
3.2.1 Objek Penelitian	41
3.2.2 Subjek Penelitian.....	41
3.3 Lokasi Penelitian.....	42
3.4 Sumber Data.....	42
3.4.1 Data Primer	42
3.4.2 Data Sekunder	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1 Wawancara	43
3.5.2 Observasi.....	44
3.5.3 Dokumentasi	45
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1 Profil Skin Game.....	50
4.1.2 Profil Komunitas Skin Game	55
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Perencanaan Komunikasi Komunitas Skin Game Warrior	59
4.2.2 <i>Customer Engagement</i> pada Komunitas Skin Game Warrior.....	89
4.2.3 Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Perencanaan Komunikasi Komunitas Skin Game Warrior	94
4.3 Pembahasan.....	95
BAB V PENUTUP.....	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110