DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro 7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 7
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian 8
1.3.1 Maksud Penelitian 8
1.3.2 Tujuan Penelitian 8
1.4 Kegunaan Penelitian 9
1.4.1 Kegunaan Teoritis 9
1.4.2 Kegunaan Praktis 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 11
2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu. 11
2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi 15
2.1.2.1 Tujuan Komunikasi 17
2.1.2.2 Proses Komunikasi 19
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 22

2.1.2.4 Karakteristik Komunikasi 25
2.1.2.5 Bentuk Komunikasi 26
2.1.2.6 Sifat Komunikasi 27
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi 29
2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi 29
2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi 29
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi 30
2.1.4.1 Pengertian Strategi 30
2.1.5 Tinjauan Strategi Komunikasi 34
2.1.5.1 Tujuan Strategi Komunikasi 34
2.1.5.2 Fungsi Strategi Komunikasi 35
2.1.5.3 Korelasi Antar Komponen Dalam Strategi Komunikasi ... 36
2.1.6 *New Media* 37
2.1.6.1 Media Sosial Dan Jejaring Sosial 38
2.1.6.2 Instagram 40
2.1.7 Komunikasi Verbal Dan Nonverbal 43
2.1.7.1 Komunikasi Verbal 43
2.1.7.2 Komunikasi Nonverbal 44
2.1.8 Komunitas 45
2.1.9 Komunitas Virtual 46
2.2 Kerangka Pemikiran 48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 51
3.2 Teknik Penentuan Informan 52
3.3 Teknik Pengumpulan Data 55
3.3.1 Studi Pustaka 55
3.3.2 Studi Lapangan 57
3.4 Uji Keabsahan Data 59
3.5 Teknik Analisa Data 61
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 63
3.6.1 Lokasi Penelitian 63
3.6.2 Waktu Penelitian 63

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 73
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 74
4.1.1.1 Barstard (Bandung *Street Workout Addict*) 74
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian 75
4.1.2.1 Informan Kunci Penelitian 77
4.1.2.2 Informan Pendukung 79
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian 83
4.1.3.1 Perencanaan Komunitas Barstard 84
4.1.3.2 Tujuan Komunitas Barstard 86

4.1.3.3 Bentuk Kegiatan Komunitas Barstard 88
4.1.3.4 Penyampaian Pesan Komunitas Barstard 90
4.1.3.5 Penggunaan Media Komunitas Barstard 92
4.2 Pembahasan 95

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 98
5.2 Saran 99
5.2.1 Saran Bagi Komunitas Barstard 99
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 100

DAFTAR PUSTAKA 102
LAMPIRAN-LAMPIRAN 105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 132