

Daftar Isi

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Pemikiran	4
1. Pelibatan Konsumen	4
2. Komunitas Jenama	8
3. Interaksi Komunitas Jenama	11
4. Kesimpulan	13
F. Kerangka Konsep dan Operasional	14
G. Metodologi	17
1. Pendekatan Penelitian	17
2. Metode Penelitian	17
3. Subjek dan Objek Penelitian	18
4. Jenis dan Sumber Data	18
5. Teknik Pengumpulan Data	19
6. Teknik Analisis Data	20

BAB II	MEMBANGUN JENAMA MELALUI PELIBATAN KONSUMEN DALAM KOMUNITAS JENAMA	
A.	Peran Pelibatan Konsumen dalam Membangun Jenama	22
B.	Pemanfaatan Komunitas Jenama melalui Pelibatan Konsumen	25
C.	Studi Empiris Pelibatan Konsumen dalam Komunitas Jenama di Indonesia	28
BAB III	XIAOMI DAN KOMUNITAS MIFANS	
A.	Xiaomi	32
1.	Sejarah Terbentuk	32
2.	Profil Manajemen	33
3.	Perkembangan Bisnis Xiaomi	34
4.	Perkembangan Xiaomi di Indonesia	36
B.	Komunitas Mifans	38
1.	Perkembangan Komunitas Mifans di Indonesia	38
2.	Keanggotaan dan Integrasi Komunitas	40
BAB IV	TEMUAN DAN ANALISIS DATA	
A.	Komunitas Mifans Jakarta	44
1.	Perkembangan Komunitas	44
B.	Kegiatan Komunitas Mifans Jakarta	47
1.	Kopi Darat / <i>Meet Up</i>	47
2.	Festival Mi Pop	48
3.	Peluncuran Produk	50
4.	Perayaan Ulang Tahun Komunitas	52
5.	Hobi Anggota Komunitas	54
6.	Melakukan Kegiatan Bersama Jenama Lain	55
7.	Kegiatan Sosial Komunitas	57
C.	Karakteristik Mifans Jakarta	59

D.	Komunitas Mifans Yogyakarta	60
1.	Perkembangan Komunitas	60
E.	Kegiatan Komunitas Mifans Yogyakarta	62
1.	Kopi Darat	63
2.	Festival Mi Pop	64
3.	Peluncuran Produk	66
4.	Perayaan Ulang Tahun Komunitas	67
5.	Kegiatan Sosial Komunitas	70
F.	Karakteristik Komunitas Mifans Yogyakarta	72
G.	Bentuk Dukungan Xiaomi ke Komunitas Mifans	72
1.	Memberikan Bantuan <i>merchandise</i> Xiaomi	72
2.	Memberikan Penghargaan kepada Anggota Mifans	73
H.	Bentuk Pelibatan Konsumen yang Dilakukan Xiaomi	73
1.	Mengadakan Kegiatan Kolaborasi	74
2.	Komunikasi	75
I.	Dinamika Komunitas Mifans Jakarta dan Yogyakarta	75
1.	Kesadaran Bersama	75
2.	Ritual dan Tradisi	78
3.	Rasa Tanggung Jawab Moral	80
J.	Analisis Pelibatan Konsumen di dalam Komunitas Mifans Jakarta dan Yogyakarta	82
1.	Penyerapan	82
2.	Dedikasi	83
3.	Semangat	84
4.	Interaksi	86
K.	Perbandingan Dinamika Komunitas Mifans Jakarta dan Yogyakarta	87

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	91
B.	Saran	93

Daftar Gambar

BAB I	Gambar 1.1	Hierarki Pelibatan Konsumen	5
	Gambar 1.2	<i>Customer Centric Model</i>	11
	Gambar 1.3	Kerangka Pemikiran	13
BAB II	Gambar 2.1	<i>Theoretical Model of CUsomer Engagement</i>	24
	Gambar 2.2	Kegiatan Bersama Mifans Indonesia	27
	Gambar 2.3	Peluncuran Produk Bersama Mifans Indonesia	27
BAB III	Gambar 3.1	Logo Perusahaan Xiaomi	33
	Gambar 3.2	Form Pembuatan Akun Mi Community	41
	Gambar 3.3	Peta Persebaran Komunitas Mifans Indonesia	42
BAB IV	Gambar 4.1	Kopdar Pertama Komunitas Mifans Jakarta	44
	Gambar 4.2	Kopdar pada Tanggal 18 Oktober 2014	45
	Gambar 4.3	Poster Kopdar Mifans Jakarta	47
	Gambar 4.4	Kegiatan Kopdar Mifans Jakarta	48
	Gambar 4.5	Festival Mi Pop	50
	Gambar 4.6	Peluncuran Produk Baru	52
	Gambar 4.7	Ulang Tahun Kedua Mifans Jakarta	53
	Gambar 4.8	Ulang Tahun Ketiga Mifans Jakarta	54
	Gambar 4.9	Kegiatan <i>Touring</i>	55
	Gambar 4.10	Kegiatan Mi Trip	55
	Gambar 4.11	Kegiatan Bersama Blibli	56
	Gambar 4.12	Kegiatan <i>GO-FOOD</i>	56
	Gambar 4.13	Kegiatan Bincang Shopee	57
	Gambar 4.14	Buka Bersama dan Santunan ke Anak Yatim	58

Gambar 4.15	Bagi-bagi Takjil	58
Gambar 4.16	Donor Darah	59
Gambar 4.17	Kegiatan Kopdar Mifans Yogyakarta	63
Gambar 4.18	Hasil <i>Voting</i> Mi Pop	64
Gambar 4.19	Festival Mi Pop	65
Gambar 4.20	Kegiatan Peluncuran Produk Mi A2	67
Gambar 4.21	Ulang Tahun Pertama Mifans Yogyakarta	68
Gambar 4.22	Ulang Tahun Kedua Mifans Yogyakarta	68
Gambar 4.23	Ulang Tahun Ketiga Mifans Yogyakarta	69
Gambar 4.24	Ulang Tahun Keempat Mifans Yogyakarta	69
Gambar 4.25	Pemberian Bantuan ke Panti Asuhan	70
Gambar 4.26	Kegiatan Tanam Mangrove	71
Gambar 4.27	Kegiatan Berbagi Nasi Saat Sahur	71
Gambar 4.28	Atribut Komunitas	76