

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Strategi Komunikasi Digital	11
2.1.2 Media Komunikasi Digital	14
2.1.3 Brand Loyalty.....	16
2.1.4 <i>Event</i>	17
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.3.1 Subjek Penelitian	29
3.3.2 Objek Penelitian	30
3.4 Lokasi Penelitian	30
3.5 Unit Analisis Penelitian	30
3.6 Informan Penelitian	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	33

3.7.1 Observasi.....	33
3.7.2 Wawancara.....	33
3.7.3 Dokumentasi.....	34
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.9 Teknik Keabsahan Data	36
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum	37
4.2 Struktur Organisasi.....	38
4.3 Data Informan	39
4.4 Hasil Penelitian	40
4.4.1 Strategi Komunikasi Digital	40
4.4.2 <i>Brand Loyalty</i>	56
4.4.3 Media Komunikasi Digital	62
4.5 Pembahasan.....	69
4.5.1 Strategi Komunikasi Digital	70
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Akademis.....	79
5.2.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	83