

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	9
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	9
1.3 Maksud dan tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan penelitian .....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	17
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....	23
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi.....	24
2.1.5 Tinjauan Tentang <i>Sport marketing</i> (Pemasaran Olahraga).....	28
2.1.6 Tinjauan Ekuitas Merek ( <i>Brand equity</i> ).....	30
2.2 Kerangka Pemikiran .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
1.1 Desain Penelitian .....	44
1.2 Informan Penelitian.....	46
1.2.1 Informan Kunci.....	47
1.2.2 Informan Pendukung.....	48
1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
1.3.1 Studi Pustaka.....	49
1.3.2 Studi Lapangan .....	50

1.4	Uji Keabsahan Data .....	53
1.5	Teknik Analisa Data .....	55
1.6	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	57
1.6.1	Lokasi Penelitian.....	57
1.6.2	Waktu Penelitian.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>59</b>
1.1	Hasil Penelian .....	60
1.1.1	Gambaran Objek penelitian .....	60
4.1.2	Deskripsi Identitas Informan.....	73
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian .....	86
4.2	Pembahasan .....	109
4.2.1	Pembahasan Komunikasi Promosi yang dilakukan Blibli.com pada Liga Mahasiswa Indonesia dalam meningkatkan <i>Brand equity</i> .....	109
4.2.2	Pembahasan Periklanan yang dilakukan Blibli.com pada Liga Mahasiswa Indonesia dalam meningkatkan <i>Brand equity</i> .....	117
4.2.3	Pembahasan Penjualan yang dilakukan Blibli.com pada Liga mahasiswa Indonesia dalam meningkatkan <i>Brand Equity</i> .....	120
4.2.4	Pembahasan Hubungan Masyarakat yang dilakukan oleh Blibli.com pada Liga Mahasiswa Indonesia dalam meningkatkan <i>Brand Equity</i> .....	125
4.2.5	Pembahasan Strategi Komunikasi <i>Sport Marketing</i> Blibli pada Liga Mahasiswa Indonesia dalam meningkatkan <i>brand Equity</i> .....	127
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>133</b>
5.1	Kesimpulan .....	133
5.2	Saran .....	135
5.2.1	Bagi Blibli.....	135
5.2.2	Bagi Akademik .....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>137</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>141</b>
<b>DOKUMENTASI.....</b>		<b>212</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>217</b>