

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pertanyaan penelitian.....	10
1.4 Tujuan Peneltian.....	10
1.5.1 Manfaat Akademik	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Jadwal Peneltian	12

BAB II..... 13

KAJIAN PUSTAKA 13

2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 <i>Brand Awareness</i> /Kesadaran Merek	11
2.1.2 Teori <i>Brand Awareness</i> /Kesadaran Masyarakat.....	12
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Kolaboratif.....	12
2.1.4 Komunikasi Antar Organisasi	13
2.1.5 Teori Kolaboratif Adavantage	14
2.1.6 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.7 Strategi Komunikasi	17
2.1.8 Kolaborasi	18
2.1.9 Festival	19
2.1.10 Kolaborasi Acara.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.2.1 Jurnal Nasional	24
2.2.2 Jurnal Internasional.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran	36

BAB III..... 38

METODELOGI PENELITIAN 38

3.1 Metode Penelitian.....	38
3.1.1 Metode Penelitian Kualitatif.....	38
3.1.2 Paradigma Peneltian	39
3.1.3 Subjek Penelitian	40
3.1.4 Objek Penelitian	41
3.2 Informan Penelitian	41
3.3 Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1 Data Primer.....	45

3.3.2 Data Sekunder	45
3.3.3 Unit Analisis Data	46
3.3.4 Teknik Analisis data	47
3.4 Penjagaan Keabsahan Data.....	48
BAB IV	49
4.1 Profil informan	49
4.2 Hasil penelitian	55
4.2.1 Bentuk Strategi Komunikasi Kolaboratif PT MRT Jakarta dalam Brightspot	55
4.2.2 Komunikasi Kolaboratif dalam Membangun <i>Awareness</i>	71
4.2.3 Efektivitas Komunikasi Kolaboratif.....	79
4.3 Pembahasan	87
4.3.1 Rasional Pemilihan Partner (Brightspot)	82
4.3.2 Strategi Visual, Venue, dan Sosial Media	83
4.3.3 Sinkronisasi Nilai Brand MRT & Brightspot	84
4.3.4 Proses Kolaborasi dan Fleksibilitas Komunikasi	86
4.3.5 Penyampaian Narasi Gaya Hidup Urban.....	87
4.3.6 Representasi Citra dan <i>Trust</i>	88
4.3.7 Peran Konten Digital dan Sosmed.....	89
4.3.8 Dampak pada Segmen Gen Z & Kreatif.....	91
4.3.9 Perspektif Stakeholders Internal (MRT, Brightspot, Brand).....	92
4.3.10 Persepsi Pengunjung (<i>Trust, Experience, Recall</i>)	93
4.3.11 Indikator Kuantitatif dan Kualitatif (<i>Ridership, Engagement</i>).....	95
4.3.12 Evaluasi Strategi & Rekomendasi	96
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	2
Lampiran 1. Hasil cek itenticate	2
Lampiran Pertanyaan Penelitian Wawancara	3