

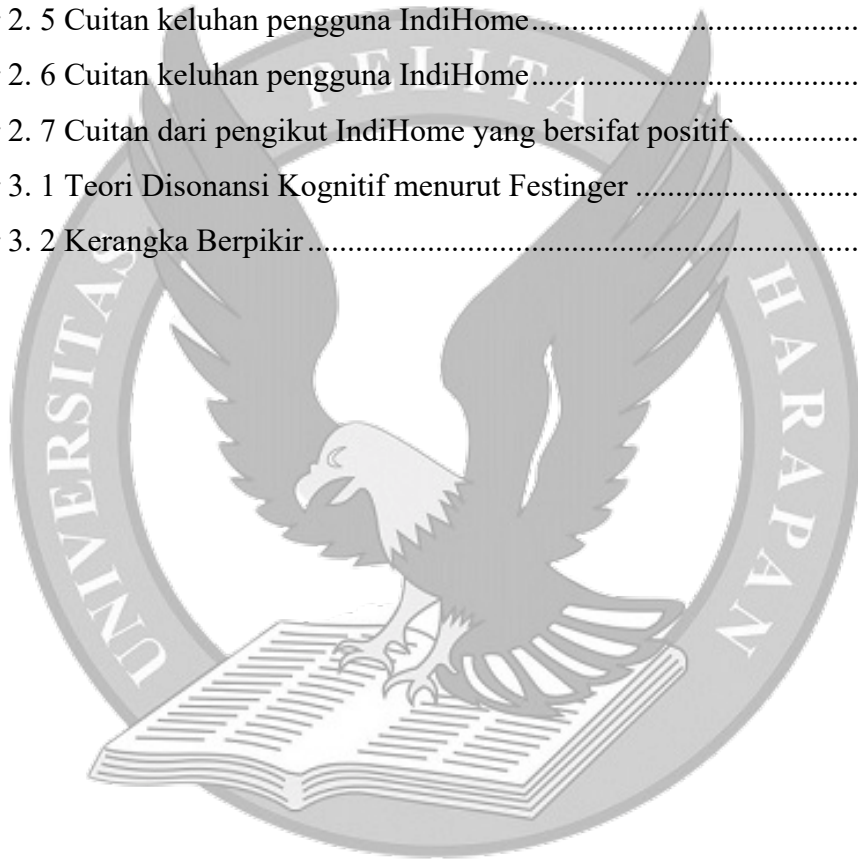
DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Sosial	9
1.5.3 Kegunaan Pemilik Perusahaan	10
1.5.4 Kegunaan Untuk Peneliti Selanjutnya	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	12
2.1 Objek Penelitian.....	12
2.2 Subjek Penelitian	15
2.2.1 Karakteristik Pengikut Akun <i>Twitter</i> IndiHome	16
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	18
3.1 Komunikasi Massa.....	18
3.1.1 Media Baru.....	19
3.1.2 Media Sosial	23

3.2 Perilaku Konsumen.....	25
3.2.1 Loyalitas.....	26
3.2.2 <i>Consumption Experience</i>	29
3.2.3 <i>Post-Consumption Experience</i>	30
3.3 Teori Disonansi Kognitif.....	30
3.3.1 <i>Post-Purchase Dissonance</i>	31
3.5 Kerangka Berpikir.....	32
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	33
4.1 Fenomenologi.....	33
4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
4.3 Informan.....	36
4.4 Metode Analisis Data.....	37
4.5 Uji Keabsahan Data.....	39
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
5.1 Hasil.....	42
5.1.1 Alasan Informan Berlangganan dengan IndiHome.....	43
5.1.2 Gangguan Jaringan Selama Pandemi Covid-19.....	46
5.1.3 Pengalaman Pengguna Dalam Melaporkan Keluhan.....	52
5.1.4 Respon Pengguna IndiHome Setelah Menyampaikan Keluhannya Melalui <i>Twitter</i>	57
5.1.5 Dampak Cuitan Negatif <i>Twitter</i> Terhadap <i>Brand Image</i> IndiHome.....	63
5.2 Pembahasan.....	66
5.2.1 Respon Konsumen Terhadap Gangguan Jaringan Melalui Media Sosial.....	67
5.2.2 Pandangan konsumen terhadap IndiHome.....	73
5.2.3 Respon Pengikut/ <i>Followers</i> Akun <i>Twitter</i> IndiHome.....	85
BAB VI PENUTUP.....	94
6.1 Kesimpulan.....	94
6.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	5
Gambar 1. 2 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	5
Gambar 2. 1 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	13
Gambar 2. 2 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	13
Gambar 2. 3 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	13
Gambar 2. 4 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	13
Gambar 2. 5 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	14
Gambar 2. 6 Cuitan keluhan pengguna IndiHome.....	14
Gambar 2. 7 Cuitan dari pengikut IndiHome yang bersifat positif.....	17
Gambar 3. 1 Teori Disonansi Kognitif menurut Festinger	31
Gambar 3. 2 Kerangka Berpikir	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A

Lembar Monitoring A-1

Lampiran B

Open Coding – Narasumber D B - 2

Open Coding – Narasumber F B - 7

Open Coding – Narasumber J B-12

Open Coding – Narasumber L B-19

Open Coding – Narasumber A B-24

Open Coding – Narasumber D B-30

Open Coding – Narasumber N B-35

Axial Coding B-43

Turnitin B-53

Curriculum Vitae B-54

