

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR SAMPUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Tahapan Penelitian .....	12
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	14
1.6.1 Lokasi Penelitian .....	14
1.6.2 Waktu Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Tinjauan Teori .....	27
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	27
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	27
2.2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	29

2.2.2 Promosi .....	32
2.2.2.1 Definisi Promosi .....	32
2.2.2.2 Bauran Promosi .....	32
2.2.3 Event .....	42
2.2.3.1 Definisi Event .....	42
2.2.3.2 Karakteristik Event .....	43
2.2.4 Merek .....	46
2.2.4.1 Definisi Merek .....	46
2.2.4.2 Identitas Merek .....	48
2.2.4.3 Brand Identity Ideals .....	49
2.2.4.4 Elemen Merek .....	51
2.2.4.5 Tahap Pembangunan Merek .....	53
2.3 Kerangka Pemikiran .....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	56
3.2 Metode Penelitian .....	57
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	59
3.3.1 Subjek Penelitian .....	59
3.3.2 Objek Penelitian .....	59
3.4 Definisi Konsep .....	60
3.5 Unit Analisis .....	61
3.6 Sampel .....	63
3.7 Pengumpulan Data .....	65
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	66
3.9 Teknik Analisis Data .....	68

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
4.1 Karakteristik Narasumber .....	71
4.2 Hasil Penelitian .....	74
4.2.1 Kegiatan Komunikasi Pemasaran Kkum Fest .....	74
4.2.2 Proses Strategi Komunikasi Pemasaran Kkum Fest .....	79
4.2.2.1 Strategi Pesan .....	79
4.2.2.2 Strategi Pembawa Pesan .....	82
4.2.2.3 Strategi Media .....	90
4.2.2.4 Brand Identity .....	89
4.2.2.4.1 Brand Identity Ideals dan Elements .....	96
4.2.2.4.2 Tahap Membangun Brand Identity .....	99
4.3 Pembahasan .....	101
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Kkum Fest .....	101
4.3.2 Proses Membangun Brand Identity Dejavoo .....	109
4.4 Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Kkum Fest .....	111
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>105</b>
5.1 Simpulan .....	115
5.2 Saran .....	117
5.2.1 Saran Untuk Event Kkum Fest .....	117
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN</b>	