

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
1.6 Tahapan Penelitian	11
BAB II	12
Tinjauan Pustaka	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 New Media	30
2.3 Aplikasi Mobile	32
2.4 Internet	34
2.5 Komunikasi Pemasaran	36
2.6 Brand Awareness	38
2.7 Strategy	40
2.8 Kerangka Pemikiran	43
BAB III	44
METEDOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44

3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Subjek & Objek Penelitian	45
3.4 Definisi Konsep	45
3.5 Unit Analisis	47
3.6 Informan Penelitian	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.8 Sumber Data	50
3.9 Teknik Analisis Data	50
3.10 Uji Kredibilitas	51
BAB IV	54
PEMBAHASAN	54
4.1 Karakteristik Informan	54
4.2 Hasil Penelitian	56
4.3 Pembahasan	74
BAB V	80
SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84