

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat akademis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Tahapan penelitian	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 Teori Komunikasi	12
2.2 Tinjauan Pustaka.....	14
2.2.1 Kratom.....	14
2.2.2 Brand Awareness	16
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Kerangka pemikiran.....	32
BAB III	33
Metode Penelitian	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.1.1 Deskriptif	34
3.3.1 Subjek Penelitian	35
3.3.2 Objek Penelitian.....	35
3.3 Lokasi Penelitian.....	35
3.4 Unit Analisis Penelitian	35
3.5 Informan Kunci	36
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	36
3.7 Teknik Analisa Data	37

3.8 Teknik Keabsahan Data	38
BAB IV	40
Hasil Penelitian	40
4.1 Krateristik Informan	40
4.2.1 Komunikasi	43
4.2.2 Brand Awerness	46
4.2.3 Kratom.....	48
4.2 Pembahasan.....	51
4.2.1 Komunikasi.....	51
4.2.2 Brand awerness.....	54
4.2.3 Kratom.....	54
BAB V	57
Kesimpulan dan Saran	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2.1 Saran Praktis.....	58
5.2.2 Saran Teoritis.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64

