

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	ii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Brand Awareness	14
2.1.3 Strategi.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.2.1 Subjek Penelitian	34
3.2.2 Objek Penelitian	34
3.3 Lokasi Penelitian	34

3.4	Unit Analisis Penelitian	37
3.5	Informan Penelitian.....	38
3.6	Pengumpulan Data Penelitian	40
3.7	Teknik Analisis Data	41
3.8	Teknik Keabsahan Data	42
BAB IV		44
Hasil Penelitian Dan Pembahasan		44
4.1	Karakteristik Informan.....	44
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Tahap Perencanaan	49
4.2.2	Tahap Pelaksanaan.....	54
4.2.3	Tahap Evaluasi	63
4.3	Pembahasan.....	65
4.3.1	Tahap Perencanaan	65
4.3.2	Tahap Pelaksanaan.....	68
4.3.3	Tahap Evaluasi	70
BAB V.....		71
Kesimpulan Dan Saran.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran	72
5.2.1	Saran Teoritis	72
5.2.2	Saran Praktis.....	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		78