

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	13
1.3 Identifikasi Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Komunikasi.....	16
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.3 <i>Brand</i>	20
2.4 <i>Branding</i>	22
2.5 <i>Positioning</i>	26
2.6 <i>Unique Selling Proposition</i>	29
2.7 <i>Brand Touchpoints</i>	30
2.8 Strategi.....	32
2.9 Penelitian Terdahulu.....	38
2.10 Kerangka Pemikiran.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Paradigma Penelitian.....	49
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	50
3.2.1 Subjek Penelitian.....	50
3.2.2 Objek Penelitian.....	50
3.3 Lokasi Penelitian.....	51
3.4 Unit Analisis Data.....	51
3.5 Informan Kunci.....	52
3.6 Pengumpulan Data Penelitian.....	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	58
4.1 Identitas Informan.....	58
4.2 Hasil Penelitian Wawancara.....	64
4.2.1 Perencanaan Strategi <i>Branding</i>	64
4.2.2 Implementasi Strategi <i>Branding</i>	92
4.2.3 Evaluasi Strategi <i>Branding</i>	112
4.3 Hasil Penelitian Observasi.....	122
4.4 Pembahasan.....	125
4.4.1 Perencanaan Strategi <i>Branding</i> Bali United Melalui Semboyan Beyond Football...125	
4.4.2 Implementasi Strategi <i>Branding</i> Bali United Melalui Semboyan Beyond Football..138	
4.4.3 Evaluasi Strategi <i>Branding</i> Bali United Melalui Semboyan Beyond Football.....150	
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	157
5.1 Kesimpulan.....	157
5.2 Saran.....	159
DAFTAR PUSTAKA.....	160
LAMPIRAN.....	1