

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Rangkuman Teori .....	12
2.1.1 Komunikasi .....	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.5 Strategi Komunikasi Pemasaran yang Efektif.....	15
2.1.6 Brand/Merek .....	17
2.1.7 Faktor Pembentuk Brand Image.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Paradigma Penelitian .....	24
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	25
3.2.1 Subjek Penelitian.....	25

3.2.2	Objek Penelitian .....	25
3.3	Lokasi Penelitian .....	25
3.4	Unit Analisis Penelitian .....	25
3.5	Informan Penelitian .....	26
3.6	Pengumpulan Data Penelitian .....	24
3.6.1	Wawancara .....	24
3.6.2	Observasi .....	24
3.6.3	Dokumentasi .....	24
3.6.4	Sudi Litelatur .....	25
3.7	Teknik Analisis Data .....	25
3.8	Teknik Keabsahan Data .....	27
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>93</b>
4.1	Karakteristik Informan .....	93
4.1.1	Informan Kunci .....	93
4.1.2	Informan Ahli .....	95
4.1.3	Informan Pendukung .....	95
4.2	Hasil Penelitian .....	96
4.2.1	Strategi Pesan .....	96
4.2.2	Strategi Media .....	93
4.2.3	Brand Image .....	93
4.3	Pembahasan .....	93
4.3.1	Strategi Pesan .....	94
4.3.2	Strategi Media .....	100
4.3.3	Brand Image .....	102
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>		<b>105</b>
5.1	Kesimpulan .....	105
5.2	Saran .....	105
5.2.1	Saran Akademis .....	105
5.2.2	Saran Praktis .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>107</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>110</b>