

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	8
BAB 2 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1 Strategi Komunikasi .....	9
2.1.1 Tujuan Strategi Komunikasi .....	9
2.2 <i>Brand Awareness</i> .....	11
2.3 Penelitian Terdahulu.....	12
2.4 Kerangka Pemikiran .....	19
BAB III Metode Penelitian .....	21
3.1 Paradigma Penelitian .....	21
3.2 Metode Penelitian.....	21
3.3 Subjek dan objek .....	22
3.3.1 Subjek Penelitian.....	22
3.3.2 Objek Penelitian .....	22
3.4 Lokasi Penelitian .....	23

3.5	Unit Analisis.....	23
3.6	Informan .....	25
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.7.1	Observasi.....	26
3.7.2	Wawancara.....	26
3.7.3	Dokumentasi .....	26
3.8	Teknik Analisis Data .....	27
BAB IV Hasil dan Pembahasan .....		29
4.1	Karakteristik informan.....	29
4.2	Hasil Penelitian.....	30
4.2.1	Tahapan Pengelolaan Strategi Komunikasi <i>Website</i> GARASIGOLFKU dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> .....	31
4.3	Pembahasan .....	36
4.3.1	Tahapan strategi komunikasi.....	37
BAB V Penutup .....		41
5.1	Kesimpulan.....	41
5.2	Saran .....	41
5.2.1	Saran Praktis .....	41
DAFTAR PUSTAKA .....		43
LAMPIRAN.....		45