

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