

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Rangkuman Teori.....	9
2.1.1 Strategi.....	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.4 New Media.....	16
2.1.5 Brand Awareness .....	18
2.1.6 Logee.id .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.2.1 Jurnal Nasional .....	23
2.2.2 Jurnal Internasional .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Pendekatan Penelitian .....	37
3.4 Populasi Sampel .....	38
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.6 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data .....	41
3.6.1 Metode Analisis data .....	41
3.6.2 Penjagaan Keabsahan Data.....	43
3.5 Subjek dan Objek Penelitian .....	43
3.7 Unit Analisis Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	47
4.2.1 Strategi Pesan.....	47
4.2.2 Strategi Media.....	54
4.3 Pembahasan.....	58
4.3.1 Strategi Pesan.....	59
4.3.2 Strategi Media.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Akademis .....	66
5.2.2 Saran Praktis .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN.....	71