

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang memberikan kesehatan, kesempatan dan memampukan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis *Emotional Branding International Islamic School Al Ihsan Bandung*”.

Dalam mengerjakan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali arahan, bimbingan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Prof. Ir. Mochammad Ashari, M.Eng., Ph.D, selaku Rektor Universitas Telkom.
2. Yang terhormat, Bapak Dr. Ir. Husni Amani, M.Sc, MBA, selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis.
3. Yang terhormat, Ibu Rah Utami Nugrahani, S.Sos., MBA, selaku Ka Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Dosen pembimbing tersayang, Ibu Endri Listiani, S.IP, M.Si yang selalu mendengarkan, memotivasi dan mengarahkan penulis. Terima kasih atas bimbingan, kesabaran dan waktu yang diluangkan untuk penulis.
5. Kedua Dosen Penguji Seminar Proposal, Ibu Ratih Hasanah S.Sos., M.Si dan Ibu Agus Apriyanti S. Ikom., M.Ikom yang mengarahkan dan memotivasi penulis. Terima kasih atas saran dan masukan untuk penulis.
6. Kedua Dosen Penguji Sidang Skripsi, Ibu Diah Agung E, B.A., M.Si dan Ibu Dini Salmiyah Fithrah Ali, SS., M.Si yang mengarahkan dan memotivasi penulis. Terima kasih atas saran dan masukan untuk penulis.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Telkom dan seluruh staf Universitas Telkom.
8. Kedua orang tua penulis. Orang tua yang selalu mendukung dan tidak pernah membatasi langkah penulis. Terima kasih untuk arah, cinta dan doa yang selalu ada untuk penulis.
9. Pakde dan Budhe penulis, Koesprawoto dan Nurul Aini. Terima kasih atas doa, dukungan, dan perhatian untuk penulis. Terima kasih juga telah menjadi orang tua kedua bagi penulis.
10. Kakak, adik dan saudara tercinta. Terima kasih perhatian, bantuan, dan dukungannya yang selalu lebih dari cukup.
11. Mrs. Ike dan para staf karyawan Al Ihsan yang selalu mendengarkan, membantu dan mendukung kebutuhan skripsi penulis.
12. Maretha Pafrika Hutajulu “Darlung”, Sarnita Siahaan “Bonsai”, dan Martina Rurita “Ritunk”, tiga orang sahabat hebat dengan kepribadian yang berbeda satu sama lainnya yang penulis dapatkan di Bandung. Terima kasih untuk semua waktu, cerita, dan kebersamaan baik canda maupun duka yang membentuk penulis seperti sekarang serta bantuannya dalam menyelesaikan skripsi penulis.

13. Aswar Usman Tangdiongga, selaku orang terkasih penulis. Terima kasih atas doa, dukungan, dan perhatiannya. Hal itu memberikan penulis “semangat tersendiri.”
14. Frizka, Popy, dan Mey, para sahabat hebat penulis di Surabaya. Terima kasih atas doa, bantuan, dan dorongan semangat untuk penulis.
15. Norman “Sekutu”, Bang Tofride, Kak Dhebo, dan Betty. Orang-orang unik di kosan Maretha yang selalu mengingatkan. Terima kasih untuk kebersamaannya.
16. Teman-teman satu bimbingan yaitu Ari, Jojo, Kang Yus, Debby, Dilla, Anis, Opi, Anggi, Aswin, Robby, Ryan, Habib, Giska, Dedew, Ario dan lain-lain. Terima kasih atas masukan, dukungan dan kebersamaan selama pengerjaan skripsi ini.
17. Terima kasih juga buat Rida atas semangat dan kebersamaannya selama pengerjaan skripsi, tes toefl bareng hingga pengumpulan skripsi.
18. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih untuk semua bantuannya.

Penulis menyadari skripsi ini belum sempurna. Karena ini penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.

Bandung, April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	v
Abstract	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Aspek Teoritis (Akademis).....	11
1.4.2 Aspek Praktis (Guna Laksana).....	11
1.5 Tahapan Penelitian	11
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
1.6.1 Lokasi Penelitian	12
1.6.2 Waktu Penelitian	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Tinjauan Teori	35
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	35
2.2.2 <i>Brand</i>	37
2.2.3 <i>Emotional Branding</i>	43
2.3 Kerangka Pemikiran	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	50
3.3.1 Subjek Penelitian	50
3.3.2 Objek Penelitian	50
3.4 Definisi Konsep, Operasional Variabel, dan Skala Pengukuran	52

3.4.1	Definisi Konsep	52
3.4.2	Operasional Variabel	53
3.4.3	Skala Pengukuran	53
3.5	Populasi dan Sampel	54
3.5.1	Populasi	54
3.5.2	Sampel	54
3.6	Pengumpulan Data	55
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.7.1	Uji Validitas	56
3.7.2	Uji Reliabilitas	58
3.8	Teknik Analisis Data	59
3.8.1	Statistik Deskriptif	59
3.8.2	<i>Rank Order Mean</i>	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	61
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Umur	61
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Jasa Pendidikan Al Ihsan	64
4.2	Hasil Penelitian	64
4.2.1	Hasil Dimensi Hubungan	64
4.2.1.1	Indikator Menumbuhkan Hubungan yang Mendalam antara Staf Pengajar Al Ihsan dengan Para Orang Tua Siswa	65
4.2.1.2	Indikator Memberikan Para Orang Tua Pengalaman Emosional yang Benar-Benar Mereka Inginan	66
4.2.2	Hasil Dimensi Pengalaman Panca Indera.....	68
4.2.2.1	Indikator Kenangan dari Suara yang Familier.....	68
4.2.2.2	Indikator Nuansa Citra.....	69
4.2.2.3	Indikator Sentuhan Lembut dari Bahan yang Halus.....	70
4.2.2.4	Indikator Asosiasi dengan Wangi yang Antik.....	72
4.2.3	Hasil Dimensi Imajinasi	72
4.2.3.1	Indikator Desain Panca Indera (Desain Produk atau Jasa)	73
4.2.3.2	Indikator Kemasan Produk atau Jasa.....	75
4.2.3.3	Indikator Sekolah.....	76
4.2.3.4	Indikator Situs <i>Web</i>	78
4.2.4	Hasil Dimensi Visi	80

4.3 Hasil Perhitungan	80
4.3.1 Hasil Perhitungan Setiap Dimensi.....	81
4.3.1.1 Hasil Perhitungan Seluruh Responden (70 orang).....	81
4.3.1.1.1 Dimensi Hubungan	81
4.3.1.1.2 Dimensi Pengalaman Panca Indera.....	82
4.3.1.1.3 Dimensi Imajinasi.....	83
4.3.1.1.4 Dimensi Visi	85
4.3.1.2 Hasil Perhitungan Seluruh Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan < 1 Tahun (14 orang).....	86
4.3.1.2.1 Dimensi Hubungan	86
4.3.1.2.2 Dimensi Pengalaman Panca Indera.....	88
4.3.1.2.3 Dimensi Imajinasi.....	89
4.3.1.2.4 Dimensi Visi	91
4.3.1.3 Hasil Perhitungan Seluruh Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan 1-2 Tahun (34 orang).....	93
4.3.1.3.1 Dimensi Hubungan	93
4.3.1.3.2 Dimensi Pengalaman Panca Indera.....	94
4.3.1.3.3 Dimensi Imajinasi.....	96
4.3.1.3.4 Dimensi Visi	98
4.3.1.4 Hasil Perhitungan Seluruh Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan > 2 Tahun (22 orang).....	100
4.3.1.4.1 Dimensi Hubungan	100
4.3.1.4.2 Dimensi Pengalaman Panca Indera.....	101
4.3.1.4.3 Dimensi Imajinasi.....	102
4.3.1.4.4 Dimensi Visi	104
4.3.2 Tabulasi Silang Lamanya Menggunakan Jasa Pendidikan Al Ihsan Berdasarkan Jawaban Responden	106
4.3.2.1 Hasil Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan Al Ihsan Kurang dari 1 Tahun (< 1 Tahun).....	106
4.3.2.2 Hasil Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan Al Ihsan Antara 1 Hingga 2 Tahun (1- 2 Tahun)	108
4.3.2.3 Hasil Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan Al Ihsan Lebih dari 2 Tahun (> 2 Tahun)	110
4.4 Pembahasan	112
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	116
5.2 Saran	116

5.2.1	Saran Praktis	116
5.2.2	Saran Akademis	116

DAFTAR PUSTAKA	118
-----------------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Sekolah Internasional Tingkat <i>Playgroup</i> hingga TK di Bandung	4
Tabel 1.2	Daftar Sekolah Islam Tingkat <i>Playgroup</i> hingga TK di Bandung	5
Tabel 1.3	Peningkatan Jumlah Siswa di Al Ihsan Bandung Tahun 2009 hingga Tahun 2013	8
Tabel 1.4	Waktu Penelitian	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2.2	Manfaat-Manfaat Merek	39
Tabel 3.1	<i>Class Schedule</i> di <i>International Islamic School Al Ihsan</i> Periode Juli 2012- September 2013.....	52
Tabel 3.2	Operasional Variabel	53
Tabel 3.3	Pernyataan dan Skor Penilaian	54
Tabel 3.4	Jumlah Siswa <i>International Islamic School Al Ihsan</i> Periode Juli – September 2013	54
Tabel 3.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas	57
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 3.8	Kriteria Interpretasi Skor	60
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Umur	61
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Jasa Pendidikan Al Ihsan.....	64
Tabel 4.6	Pegawai Al Ihsan Terasa Dekat dengan Orang Tua	65
Tabel 4.7	Pegawai Al Ihsan Terasa Akrab dengan Orang Tua	66
Tabel 4.8	Layanan Pengajaran Al Ihsan Terasa Menyenangkan	67
Tabel 4.9	Layanan Keamanan Al Ihsan Terjamin	67
Tabel 4.10	Al Ihsan Memberikan Layanan Informasi yang Dibutuhkan Orang Tua	68
Tabel 4.11	Pegawai Al Ihsan Sopan dalam Bertutur Kata sehingga Enak Didengar	69
Tabel 4.12	Kombinasi Warna pada Logo Al Ihsan Sesuai	69
Tabel 4.13	Desain Sekolah Al Ihsan Unik	70
Tabel 4.14	Piranti Sekolah Al Ihsan (misalnya loker, kursi, meja, dan lain-lain) Menggunakan Bahan yang Aman Untuk Siswa	71
Tabel 4.15	Piranti Sekolah Al Ihsan (misalnya loker, kursi, meja, dan lain-lain) Menggunakan Bahan yang Nyaman Untuk Siswa	71

Tabel 4.16	Al Ihsan Terbebas dari Bau-Bau yang Menyengat (misalnya sampah, asap, dan lain-lain).....	72
Tabel 4.17	Bentuk Pengajaran yang Diberikan Unik (Menggunakan <i>Singapore Curriculum</i>)	73
Tabel 4.18	Bentuk Pengajaran yang Diberikan Menjunjung Tinggi Nilai Keagamaan Para Siswa	74
Tabel 4.19	Bentuk Pengajaran yang Diberikan Berbeda dengan Sekolah Lain (Menggunakan Phonix)	74
Tabel 4.20	Jasa yang Diberikan Memuaskan	75
Tabel 4.21	Jasa yang Diberikan Sesuai dengan Kebutuhan Saat Ini	76
Tabel 4.22	Bentuk Sekolah yang Unik.....	76
Tabel 4.23	Al Ihsan Memiliki Kualitas yang Bagus	77
Tabel 4.24	Al Ihsan Mampu Bersaing dengan Sekolah Internasional Lainnya	77
Tabel 4.25	Situs <i>Web</i> Al Ihsan Gampang Diingat	78
Tabel 4.26	Situs <i>Web</i> Al Ihsan Unik	79
Tabel 4.27	Situs <i>Web</i> AL Ihsan Menjabarkan Segala Informasi Tentang Sekolah	79
Tabel 4.28	Dapat Digunakan Dengan Baik di Masa Depan	80
Tabel 4.29	Hasil Perhitungan Dimensi Hubungan	81
Tabel 4.30	Hasil Perhitungan Dimensi Pengalaman Panca Indera.....	82
Tabel 4.31	Hasil Perhitungan Dimensi Imajinasi	84
Tabel 4.32	Hasil Perhitungan Dimensi Visi	85
Tabel 4.33	Hasil Perhitungan Dimensi Hubungan (Responden < 1 Tahun)	87
Tabel 4.34	Hasil Perhitungan Dimensi Pengalaman Panca Indera (Responden < 1 Tahun).....	88
Tabel 4.35	Hasil Perhitungan Dimensi Imajinasi (Responden < 1 Tahun)	90
Tabel 4.36	Hasil Perhitungan Dimensi Visi (Responden < 1 Tahun)	92
Tabel 4.37	Hasil Perhitungan Dimensi Hubungan (Responden 1-2 Tahun)	93
Tabel 4.38	Hasil Perhitungan Dimensi Pengalaman Panca Indera(Responden 1-2 Tahun).....	95
Tabel 4.39	Hasil Perhitungan Dimensi Imajinasi (Responden 1-2 Tahun)	97
Tabel 4.40	Hasil Perhitungan Dimensi Visi (Responden 1-2 Tahun)	99
Tabel 4.41	Hasil Perhitungan Dimensi Hubungan (Responden > 2 Tahun)	100
Tabel 4.42	Hasil Perhitungan Dimensi Pengalaman Panca Indera (Responden > 2 Tahun).....	101
Tabel 4.43	Hasil Perhitungan Dimensi Imajinasi (Responden > 2 Tahun)	103
Tabel 4.44	Hasil Perhitungan Dimensi Visi (Responden > 2 Tahun)	105
Tabel 4.45	Hasil Perhitungan Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan Kurang dari 1 Tahun (< 1 Tahun).....	107
Tabel 4.46	Hasil Perhitungan Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan Antara 1 Hingga 2 Tahun (1 – 2 Tahun)	109

Tabel 4.47 Hasil Perhitungan Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan	
Lebih dari 2 Tahun (> 2 Tahun)	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>International Islamic School</i> Al Ihsan	9
Gambar 2.1 Proses Membangun Merek Berdasarkan <i>Customer-Based Brand Equity</i>	40
Gambar 2.2 <i>Customer-Based Brand Equity Pyramid</i>	41
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 3.1 <i>International Islamic School</i> Al Ihsan	50
Gambar 3.2 Logo <i>International Islamic School</i> Al Ihsan	51
Gambar 3.3 <i>Website International Islamic School</i> Al Ihsan	52
Gambar 4.1 Garis Kontinum Dimensi Hubungan	81
Gambar 4.2 Garis Kontinum Dimensi Pengalaman Panca Indera	83
Gambar 4.3 Garis Kontinum Dimensi Imajinasi	85
Gambar 4.4 Garis Kontinum Dimensi Visi	86
Gambar 4.5 Garis Kontinum Dimensi Hubungan (Responden < 1 Tahun)	87
Gambar 4.6 Garis Kontinum Dimensi Pengalaman Panca Indera (Responden < 1 Tahun)	89
Gambar 4.7 Garis Kontinum Dimensi Imajinasi (Responden < 1 Tahun)	91
Gambar 4.8 Garis Kontinum Dimensi Visi (Responden < 1 Tahun)	92
Gambar 4.9 Garis Kontinum Dimensi Hubungan (Responden 1-2 Tahun)	93
Gambar 4.10 Garis Kontinum Dimensi Pengalaman Panca Indera (Responden 1-2 Tahun)	94
Gambar 4.11 Garis Kontinum Dimensi Imajinasi (Responden 1-2 Tahun)	98
Gambar 4.12 Garis Kontinum Dimensi Visi (Responden 1-2 Tahun)	99
Gambar 4.13 Garis Kontinum Dimensi Hubungan (Responden > 2 Tahun)	100
Gambar 4.14 Garis Kontinum Dimensi Pengalaman Panca Indera (Responden > 2 Tahun)	102
Gambar 4.15 Garis Kontinum Dimensi Imajinasi (Responden > 2 Tahun)	104
Gambar 4.16 Garis Kontinum Dimensi Visi (Responden > 2 Tahun)	105
Gambar 4.17 Garis Kontinum Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan < 1 Tahun Semua Dimensi	108
Gambar 4.18 Garis Kontinum Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan 1-2 Tahun Semua Dimensi	110
Gambar 4.19 Garis Kontinum Jawaban Responden yang Menggunakan Jasa Pendidikan > 2 Tahun Semua Dimensi	112