

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	Ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Komunikasi Periklanan.....	8
2.3 Tujuan Komunikasi Periklanan.....	9
2.4 Fungsi Komunikasi Periklanan.....	9
2.5 Pengertian <i>Brand</i>	10
2.5.1 Manfaat <i>Brand</i>	12
2.5.2 Makna <i>Brand</i>	13
2.6 Pengertian Strategi.....	13
2.6.1 Manfaat Strategi.....	15
2.6.2 <i>Brand Awareness</i>	16
2.6.3 <i>Brand Loyalty</i>	16
2.7 <i>SOSTAC</i>	18
2.8 Kerangka Pemikiran.....	18
2.8.1 Definisi Konsep.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Metode Penelitian.....	23
3.2 Desain Penelitian.....	23
3.3 Sumber Data.....	25
3.4 <i>Key Informan</i> Dan <i>Informan</i>	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Data Primer.....	26
3.5.2 Data Sekunder.....	27

3.6 Keabsahan Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN	31
4.1 Profil Data Scrip.....	31
4.2 Fitur BENQ <i>Interactive Flat Panel</i>	35
4.3 Logo Data Scrip.....	42
4.3.1 Visi Dan Misi.....	42
4.4 Struktur Organisasi.....	43
4.5 Identitas <i>Key Informan</i>	44
4.5.1 Identitas <i>Informan</i> Pengguna <i>BENQ</i>	44
4.6 Makna <i>Brand Communication</i> Dan Peran.....	45
4.6.2 Strategi Pemasaran <i>BENQ</i>	50
4.6.3 Keunggulan <i>BENQ Interactive Flat Panel</i>	60
BAB V PEMBAHASAN.....	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN DOKUMENTASI	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN RISET DATA	
DAFTAR ABSENSI	