

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.4.1. Manfaat Teoretis	3
1.4.2. Manfaat Praktis	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	4
2.1. Penelitian Terdahulu	4
2.2. Landasan Teoretis	5
2.2.1. <i>Uses and Gratification</i>	5
2.2.2. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	6
2.3. Landasan Konseptual	8
2.3.1. Komunikasi	8
2.3.1.1. Pengertian Komunikasi	8
2.3.1.2. Proses Komunikasi	8
2.3.2. Komunikasi Massa	9
2.3.2.1. Pengertian Komunikasi Massa	9
2.3.2.2. Media Komunikasi Massa	9
2.3.3. <i>New Media</i>	10
2.3.4. <i>Public Relations</i>	11
2.3.4.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	11
2.3.4.2. Fungsi dan Tugas <i>Public Relations</i>	12
2.3.4.3. Peran <i>Public Relations</i>	12
2.3.4.4. Strategi <i>Public Relations</i>	14
2.3.4.5. Langkah-langkah strategi <i>Public Relations</i>	14
2.3.5. <i>Media Sosial</i>	15

2.3.5.1. Pengertian Media Sosial	15
2.3.5.2. Karakteristik Media Sosial	16
2.3.5.3. Ciri-ciri Media Sosial	17
2.3.5.4. Jenis-jenis Media Sosial	17
2.3.6. Instagram.....	18
2.3.6.1. Pengertian Instagram	18
2.3.6.2. Sejarah Instagram	19
2.3.6.3. Fitur-fitur Instagram	19
2.3.7. <i>Brand Awareness</i>	21
2.3.7.1. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	21
2.3.7.2. Fungsi <i>Brand Awareness</i>	21
2.3.7.3. Jenis <i>Brand Awareness</i>	22
2.3.7.4. Cara Mengukur <i>Brand Awareness</i>	23
2.3.7.5. Peran <i>Brand Awareness</i>	23
2.4. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Paradigma Penelitian.....	26
3.2. Metode Penelitian.....	26
3.3. Jenis Penelitian.....	27
3.4. Desain Penelitian.....	28
3.5. Bahan Penelitian.....	29
3.5.1. Subjek Penelitian.....	29
3.5.2. Waktu Penelitian	29
3.5.3. Lokasi Penelitian.....	29
3.6. Sumber Data.....	29
3.7. <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	30
3.7.1. <i>Key Informan</i>	30
3.7.2. <i>Informan</i>	30
3.8. Teknik Pengumpulan Data	31
3.9. Uji Keabsahan Data	32
3.10. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	36
4.1. Subjek Penelitian.....	36
4.1.1. Gambaran Umum <i>Savana Adventure and Tour</i>	36
4.1.2. Visi dan Misi <i>Savana Adventure and Tour</i>	36
4.1.3. Struktur Organisasi <i>Savana Adventure and Tour</i>	37
4.2. Hasil Penelitian	37
4.2.1. Strategi <i>Public Relations Savana Adventure and Tour</i>	38
4.2.2. <i>Word of Mouth</i>	40
4.2.3. <i>Brand Awareness</i>	41
4.2.4. Media Sosial <i>Instagram</i>	43
BAB V PEMBAHASAN	45

5.1. Strategi <i>Public Relations Savana Adventure and Tour</i> dalam meningkatkan <i>Brand Awareness</i> melalui media sosial Instagram	45
5.2. <i>Brand Awareness</i>	48
5.3. <i>Word of Mouth</i>	49
BAB VI PENUTUP	50
6.1. Kesimpulan.....	50
6.2. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN - LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	4
Tabel 2 Desain Penelitian.....	28
Tabel 3 Key Informan	30
Tabel 4 Informan.....	30
Tabel 5 Key Informan dan Informan	37
Tabel 7 Laporan Hasil Wawancara Key Informan	68
Tabel 8 Laporan Hasil Wawancara Informan 1	56
Tabel 9 Laporan Hasil Wawancara Informan 2	72
Tabel 10 Laporan Hasil Wawancara Informan 3	74
Tabel 11 Laporan Hasil Wawancara Informan 4	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramida Brand Awareness	7
Gambar 2 Logo Savana	77
Gambar 3 <i>Followers Savana Juni</i>	77
Gambar 4 <i>Followers Savana Mei</i>	77
Gambar 5 <i>Followers Savana April</i>	77
Gambar 6 <i>Followers Savana Maret</i>	77
Gambar 7 <i>Followers Savana Februari</i>	77
Gambar 8 Data Peserta.....	78
Gambar 9 <i>Rundown Savana Adventure and Tour</i>	79
Gambar 10 <i>Invoice Savana Adventure and Tour</i>	80
Gambar 11 <i>Template Trip Savana Adventure and Tour</i>	81
Gambar 12 Dokumentasi Peserta <i>Trip Savana</i>	82
Gambar 13 Dokumentasi Wawancara <i>Key Informan</i>	83
Gambar 14 Dokumentasi Wawancara <i>Informan</i>	83
Gambar 15 Kriteria Kuesioner <i>Brand Awareness</i>	84
Gambar 16 Persentase Kuesioner <i>Brand Awareness</i>	85

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pemikiran.....	25
Bagan 2 Struktur Organisasi Savana Adventure and Tour	37