

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABLE.....	xii
BAB I.....	10
PENDAHULUAN	10
1.1. Latar Belakang.....	10
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Landasan Teori.....	16
2.2.1. Definisi Komunikasi	16
2.2.2. Definisi Penerapan	17
2.2.3. Definisi Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	17
2.2.4. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>IMC</i>)	19
2.2.5. Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	20
2.2.6. <i>Digital Marketing</i>	21
2.2.7. Tujuan <i>Digital Marketing</i>	22
2.2.8. Manfaat <i>Digital Marketing</i>	24
2.2.9. Saluran Media Digital	24
2.2.10. <i>Brand Awareness</i>	27
2.2.11. Indikator <i>Brand Awareness</i>	28
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	29

BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Paradigma Penelitian	31
3.2. Metode Penelitian	33
3.3. Jenis Penelitian.....	33
3.4. Bahan Penelitian	34
3.5. Sumber Data.....	35
3.5.1. Data Primer	35
3.5.2. Data Sekunder	35
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6.1. Observasi.....	36
3.6.2. Wawancara.....	36
3.6.3. Dokumentasi	37
3.7. Uji Keabsahaan Data.....	37
3.8. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.1.1. Gambaran Umum Brand Haus! Indonesia	40
4.1.2. Logo Brand	41
4.1.3. Visi & Misi	41
4.2. Deskripsi Subjek Penelitian	42
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	42
4.3.1. Hasil penelitian penerapan strategi <i>Digital Marketing</i> dari sudut pandang narasumber	43
4.3.2. Hasil penelitian proses pembentukan <i>Brand Awareness</i> dari penerapan strategi <i>Digital Marketing</i>	50
4.3.3. Hambatan dan manfaat penerapan strategi <i>Digital Marketing</i> Bagi Haus! 54	
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V	63
PENUTUP.....	63
5.1. Simpulan	63

5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67
Transkrip Wawancara Narasumber	68
Transkrip Wawancara Narasumber	71
Transkrip Wawancara Narasumber	74
Transkrip Wawancara Narasumber	77
Transkrip Wawancara Narasumber	80
Dokumentasi Penulis Dengan Key Informan.....	83
Dokumentasi Penulis Saat Mengikuti Salah Satu Live.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Empat Tingkatan Brand Awareness	27
Gambar 4. 1 Logo Brand Minuman Haus!	41
Gambar 4. 2 Feed Konten Instagram & Tiktok Haus!	58
Gambar 4. 3 Iklan Haus! di Media Sosial Instagram	59
Gambar 4. 4 Live dan Pengumuman Pemenang Giveaway di Instagram Haus! ..	60
Gambar 4. 5 Interaksi Admin Media Sosial di Instagram Haus!	61

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian 30

DAFTAR TABLE

Table 4. 1 Detail Narasumber 42