## DAFTAR ISI


JUDUL PENELITIAN (sampul dalam) ..... i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... v
KATA PENGANTAR ..... vi
ABSTRAK ..... xi
DAFTAR ISI ..... x
DAFTAR TEBEL ..... xii
DAFTAR GAMBAR ..... xiii

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Konteks Penelitian ..... 1
B. Fokus Penelitian ..... 7
C. Tujuan Penelitian ..... 7
D. Manfaat Penelitian ..... 8
1. Kegunaan Teoritis ..... 8
2. Kegunaan Praktis ..... 8
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu ..... 8
F. Definisi Konsep ..... 10
1. D' Creative Agency ..... 10
2. *Brand* ..... 10
3. *Corporate Brand Awareness* ..... 12
G. Kerangka Pikir Penelitian ..... 13
H. Metode Penelitian ..... 17
1. Pendekatan dan jenis Penelitian ..... 17
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian ..... 19
3. Jenis dan sumber Data ..... 20
4. Tahap-tahap Penelitian ..... 21




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teknik Pengumpulan Data ..... 24
6. Teknik analisis Data ..... 25
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data ..... 26
I. Sistematika Pembahasan ..... 28

**BAB II KAJIAN TEORITIS**
A. Kajian Pustaka ..... 30
1. Strategi Advertising ..... 30
2. *Brand* (merek) ..... 42
3. *Corporate Brand Awareness* (Kesadaran Merek) ..... 46
B. Kajian Teori ..... 51

**BAB III PENYAJIAN DATA**
A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian ..... 54
1. Deskripsi Subyek Penelitian ..... 54
2. Company Profile D' Creative Agency ..... 55
B. Deskripsi Data Penelitian ..... 61

**BAB IV ANALISIS DATA**
A. Temuan Penelitian ..... 74
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori ..... 82

**BAB V PENUTUP**
A. Kesimpulan ..... 87
B. Rekomendasi ..... 90

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu ..... 8
Tabel 2.1 Segmentasi Pasar / Konsumen ..... 36
Tabel 2.2 Pilihan Utama Media Iklan ..... 41



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian ..... 17
Gambar 2.1 Bagan Proses Perencanaan Media ..... 40
Gambar 2.2 Bagan Proses Piramida Awareness ..... 49
Gambar 3.1 Logo *D'Creative* ..... 58
Gambar 3.2 Bagan Struktur Organisasi *D'Creative* ..... 60
Gambar 4.1 Bagan Proses Penciptaan Strategi *Advertising* ..... 79



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id