

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	5
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	6
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian.....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	12
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Pemasaran	16
2.1.4 Tinjauan Digital Branding	21
2.1.5 Tinjauan Media Sosial Instagram	28
2.1.6 Tinjauan <i>Brand Awariness</i>	33
2.1.7 Tinjauan Musik	37
2.2 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Desain Dan Metode Penelitian	48

3.2 Informan Penelitian	50
3.2.1 Teknik Penentuan Informan.....	51
3.3 Teknik Pengumpulan Data	52
3.3.1 Studi Lapangan	52
3.3.2 Studi Pustaka.....	54
3.4 Uji Keabsahan Data.....	56
3.4.1 Triangulasi Data.....	56
3.4.2 Diskusi Teman Sejawat	57
3.4.3 Membercheck.....	58
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	60
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	60
3.6.2 Waktu Penelitian.....	61
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Analisis Objek Penelitian	62
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	66
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	71
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian.....	76
4.2 Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram @turtlesjr_official	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4. 1 Logo turtle Jr	66
Gambar 4. 2 Account Instagram Turtle Jr.....	70
Gambar 4. 3 Informan Kunci 1	72
Gambar 4. 4 Informan Kunci 2	73
Gambar 4. 5 Informan Pendukung 1	74
Gambar 4. 6 Informan Pendukung 2	75
Gambar 4. 7 Informan Pendukung 3	76
Gambar 4. 8 Model Penentuan Tujuan Pemasaran	89
Gambar 4. 9 Model sasaran Pemasaran	91
Gambar 4. 10 Metode Pengembangan Pemasaran.....	93
Gambar 4. 11 Metode Evaluasi.....	95
Gambar 4. 12 Model Strategi Komunikasi Pemasaran	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Informan Kunci Dalam Penelitian	51
Tabel 3. 2 Informan Pendukung Dalam Penelitian	52
Tabel 3. 3 Waktu Penelitian	61
Tabel 4. 1 Jadwal Wawancara Informasi Kunci	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Rekomendasi Pembimbing.....	106
Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan	107
Lampiran 3 Pengajuan Pendaftaran	108
Lampiran 4 Pedoman Wawancara Informan Kunci.....	111
Lampiran 5 Pedoman Wawancara Informan Pendukung.....	113
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan Kunci 1	116
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan Kunci 2	120
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan Pendukung 1	133
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Informan Pendukung 2	137
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Informan Pendukung 3	141
Lampiran 11 Dokumentasi Wawancara Informan	145
Lampiran 12 Dokumentasi Wawancara Informan Kunci	146
Lampiran 13 Dokumentasi Wawancara Informan Pendukung	147
Lampiran 14 Dokumentasi Wawancara Informan Pendukung	148
Lampiran 15 Dokumentasi Wawancara Informan Pendukung	149