

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.2 Tinjauan Pustaka.....	18
2.1.1 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	18
2.1.2 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi .....	22
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran .....	24
2.1.4 Tinjauan Tentang <i>Brand Awareness</i> .....	29
2.2 Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Informan Penelitian .....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.3.1 Studi Pustaka.....	38
3.3.2 Studi Lapangan .....	38
3.4 Uji Keabsahan Data.....	41
3.5 Teknik Analisa Data .....	42
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.6.2 Waktu Penelitian.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Objek Penelitian.....	50
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian .....	55
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian.....	59
4.2 Pembahasan .....	88
4.2.1 Iklan ( <i>Advertising</i> ) yang dilakukan Madness Football Supply dalam	

membangun <i>Brand Awareness</i> dikalangan Supporter Sepak Bola Kota Bandung. ....	89
4.2.2 Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> ) yang dilakukan Madness Football Supply dalam membangun <i>Brand Awareness</i> dikalangan Supporter Sepak Bola Kota Bandung. ....	94
4.2.3 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) yang dilakukan Madness Football Supply dalam membangun <i>Brand Awareness</i> dikalangan Supporter Sepak Bola Kota Bandung. ....	100
4.2.4 Hubungan Masyarakat & Publisitas ( <i>Public Relations &amp; Publicity</i> ) dilakukan Madness Football Supply dalam membangun <i>Brand</i> <i>Awareness</i> dikalangan Supporter Sepak Bola Kota Bandung. ....	103
4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Madness Football Supply dalam membangun <i>Brand Awareness</i> dikalangan Supporter Sepak Bola Kota Bandung. ....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran .....	114
5.2.1 Saran untuk Madness Football Supply .....	114
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>120</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>162</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	15
<b>Tabel 3.1</b> Daftar Informan Kunci Penelitian .....	36
<b>Tabel 3.2</b> Daftar Informan Pendukung Penelitian .....	37
<b>Tabel 3.3</b> Jadwal Penelitian .....	47
<b>Tabel 4.1</b> Wawancara dengan Informan Kunci .....	62
<b>Tabel 4.1</b> Wawancara dengan Informan Pendukung .....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Unsur-Unsur Komunikasi_.....	20
<b>Gambar 2.2</b> Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	31
<b>Gambar 2.3</b> Alur Kerangka Berfikir .....	34
<b>Gambar 3.1</b> Teknik Analisa Data Interaktif .....	43
<b>Gambar 4.1</b> Madness Football Supply .....	51
<b>Gambar 4.2</b> Logo Madness Football Supply .....	53
<b>Gambar 4.3</b> Struktur Organisasi Madness Football Supply .....	54
<b>Gambar 4.4</b> Hayyang Ghanyal Safir S .....	56
<b>Gambar 4.5</b> Irvan Firmansyah Siddiq.....	57
<b>Gambar 4.6</b> Mochammad Dhirgham Sudrajat.....	58
<b>Gambar 4.7</b> Raihan Fahrezi .....	59
<b>Gambar 4.8</b> Instagram Madness Football Supply .....	90
<b>Gambar 4.9</b> Iklan Madness Football Supply .....	90
<b>Gambar 4.10</b> Konten Iklan Madness Football Supply .....	91
<b>Gambar 4.11</b> Desain Produk Madness Football Supply.....	92
<b>Gambar 4.12</b> Model Iklan ( <i>Advertising</i> ).....	93
<b>Gambar 4.13</b> Toko Madness Football Supply .....	95
<b>Gambar 4.14</b> Fasilitas Madness Football Supply .....	95
<b>Gambar 4.15</b> Situasi Mendatangi Stadion Sepak Bola.....	96
<b>Gambar 4.16</b> Jersey Custom dari Madness Football Supply .....	98
<b>Gambar 4.17</b> Model Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> ) .....	99

<b>Gambar 4.18</b> Program Promo Diskon <i>Sale</i> .....	101
<b>Gambar 4.19</b> Referensi Produk Madness Football Supply.....	101
<b>Gambar 4.20</b> Model Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ).....	102
<b>Gambar 4.21</b> Kerja Sama Madness Football Supply dengan Brand Invasion ..	105
<b>Gambar 4.22</b> Kerja Sama Madness Football Supply dengan Brand Hooligans Garuda .....	105
<b>Gambar 4.23</b> Kerja Sama Madness Football Supply dengan Brand Jacatra ....	105
<b>Gambar 4.24</b> Kerja Sama Madness Football Supply dengan Brand Hegemony Terraces .....	106
<b>Gambar 4.25</b> Kerja Sama Madness Football Supply dengan Brand Spezial Fir	106
<b>Gambar 4.26</b> Model Hubungan Masyarakat & Publisitas ( <i>Public Relation &amp;</i> <i>Publicity</i> ).....	107
<b>Gambar 4.27</b> Model Hasil Penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Madness Football Supply dalam membangun <i>Brand Awareness</i>	111
<b>Gambar L.1</b> Situasi pada saat wawancara dengan Informan Kunci 1 & 2.....	153
<b>Gambar L.2</b> Situasi pada saat wawancara dengan Informan Pendukung 1.....	154
<b>Gambar L.3</b> Situasi pada saat wawancara dengan Informan Pendukung 2.....	155
<b>Gambar L.4</b> Situasi pada saat Observasi ke Toko.....	156
<b>Gambar L.5</b> Situasi pada saat Observasi membuat Produk Madness .....	157
<b>Gambar L.6</b> Situasi pada saat Observasi ke Lapangan Sepak Bola .....	158

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Surat Pra Penelitian.....	118
<b>Lampiran 2</b> Surat Rekomendasi Pembimbing.....	119
<b>Lampiran 3</b> Berita Acara Bimbingan .....	120
<b>Lampiran 4</b> Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan Penelitian .....	121
<b>Lampiran 5</b> Pedoman Wawancara Informan Kunci Penelitian .....	122
<b>Lampiran 6</b> Pedoman Wawancara Informan Pendukung Penelitian.....	124
<b>Lampiran 7</b> Hasil Observasi .....	126
<b>Lampiran 8</b> Lembar Revisi Seminar Usulan Penelitian .....	129
<b>Lampiran 9</b> Surat Rekomendasi mengikuti Sidang Skripsi.....	130
<b>Lampiran 10</b> Bimbingan Acara Keseluruhan.....	131
<b>Lampiran 11</b> Pengajuan Pendaftaran Sidang Skripsi .....	132
<b>Lampiran 12</b> Hasil Wawancara .....	133
<b>Lampiran 13</b> Profil Informan Kunci.....	149
<b>Lampiran 14</b> Profil Informan Pendukung .....	151
<b>Lampiran 15</b> Dokumentasi .....	153