

## 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>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</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 .....	8
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	8
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.4.2 Kegunaan praktis.....	10

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN**

<b>HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	12
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	14
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi .....	14
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi .....	16
2.1.2.3 Unsur Komunikasi.....	18
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi .....	20
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Branding .....	20
2.1.3.1 Pengertian Strategi branding .....	21
2.1.3.2 Jenis Strategi Branding.....	23
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	26
2.1.4.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	27
2.1.4.2 Elemen Komunikasi Pemasaran .....	28
2.1.5 Tinjauan Tentang Media Sosial .....	31
2.1.5.1 Media Sosial.....	31
2.1.5.2 Manfaat Media Sosial.....	31
2.1.5.3 Kelebihan Media Sosial .....	32
2.1.5.4 Tinjauan Tentang Instagram.....	32
2.1.5.5 Fitur-Fitur Instagram .....	34
2.2 Kerangka Pemikiran .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>

3.1	Desain Penelitian .....	43
3.2	Informan Penelitian .....	46
3.2.1	Informan Kunci .....	47
3.2.2	Informan Pendukung.....	48
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.3.1	Studi Pustaka.....	49
3.3.2	Studi Lapangan.....	50
3.4	Uji Keabsahan data.....	52
3.4.1	Triangulasi.....	52
3.5	Memberchek .....	52
3.6	Teknik Analisa Data .....	53
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	55
3.7.2	Waktu Penelitian .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
4.1	Analisis Objek Penelitian Dalam hasil penelitian dan pembahasan.....	57
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian .....	60
4.1.1.1	Sejarah Paperofficial .....	60
4.1.1.2	Visi Misi Paperofficial .....	62
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian .....	67
4.1.2.1	Deskripsi Informan Kunci .....	68
4.1.2.2	Deskripsi Informan Pendukung.....	70
4.1.3	Analisa Penelitian.....	75

4.1.3.1 Brand Positioning yang dilakukan PT.Ide Kreasi Anak Bangsa(IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun Streetwear Brand Fashion .....	76
4.1.3.2 <i>Brand Identity</i> yang dilakukan PT.Ide Kreasi Anak Bangsa(IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun Streetwear Brand Fashion .....	83
4.1.3.3 <i>Brand personality</i> yang dilakukan PT.Ide Kreasi Anak Bangsa(IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun Streetwear Brand Fashion .....	89
4.2 Pembahasan Penelitian .....	92
4.2.1 Brand Positioning yang dilakukan PT.Ide Kreasi Anak Bangsa(IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun Streetwear Brand Fashion.....	93
4.2.2 <i>Brand Identity</i> yang dilakukan PT.Ide Kreasi Anak Bangsa(IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun Streetwear Brand Fashion.....	96
4.2.3 <i>Brand personality</i> yang dilakukan PT.Ide Kreasi Anak Bangsa(IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun Streetwear Brand Fashion.....	99

4.2.4 Strategi Branding yang dilakukan PT.Ide Kreasi Anak Bangsa(IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun Streetwear Brand Fashion.....	102
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran .....	109
5.2.1 Saran Bagi PT.Ide Kreasi Anak Bangsa (IKAB).....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>146</b>