

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	12
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Maksud Penelitian .....	13
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	14
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	14
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>

2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.1.2 Studi Literatur.....	23
2.1.2.1 Definisi Komunikasi .....	23
2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi .....	24
2.1.2.3 Strategi Komunikasi.....	25
2.1.2.1 Komunikasi Organisasi .....	32
2.1.2.2 Definisi Merek ( <i>Brand</i> ).....	35
2.1.2.3 Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	36
2.1.2.4 Konsumen.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Desain Penelitian .....	44
3.2 Informan Penelitian.....	46
3.2.1 Informan Kunci .....	46
3.2.2 Informan Pendukung .....	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4 Uji Keabsahan Data .....	53
3.5 Teknik Analisis Data.....	55
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	57
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	57
3.6.2 Waktu Penelitian .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>

4.1 Hasil Penelitian .....	59
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	59
4.1.1.1 Sejarah Singkat by.U Indonesia .....	59
4.1.1.2 Struktur Organisasi by.U Indonesia .....	62
4.1.1.3 Aplikasi by.U .....	63
4.1.1.4 Paket by.U .....	64
4.1.1.5 Prestasi Yang Telah Dicapai .....	65
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	66
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci .....	67
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung.....	68
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian.....	73
4.1.3.2 Riset dan Analisa by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	74
4.1.3.3 Desain Strategi by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	81
4.1.3.4 Pengembangan dan Uji Coba by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	86
4.1.3.5 Implementasi dan Monitoring by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	88
4.1.3.6 Evaluasi dan Perencanaan Ulang by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	120
4.1.3.7 Strategi Komunikasi by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	124

4.2 Pembahasan Penelitian.....	137
4.2.1 Riset dan Analisa by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	137
4.2.2 Desain Strategis by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	142
4.2.3 Pengembangan dan Uji Coba by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	150
4.2.4 Implementasi dan Monitoring by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	151
4.2.5 Evaluasi dan Perencanaan Ulang by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	163
4.2.6 Strategi Komunikasi by.U Indonesia dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Konsumen.....	164
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>179</b>
5.1 Kesimpulan.....	179
5.2 Saran.....	183
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>185</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>194</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>249</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Perbedaan Karakter Generasi X, Y, dan Z .....	4
<b>Tabel 2.1</b> Matriks Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan .....	21
<b>Tabel 3.1</b> Data Informan Pendukung.....	48
<b>Tabel 3.2</b> Schedule Penelitian .....	58
<b>Tabel 4.1</b> Daftar Penghargaan yang Diperoleh by.U .....	66
<b>Tabel 4.2</b> Jadwal Wawancara Informan Penelitian .....	74
<b>Tabel 4.3</b> Top Brand Sub-Kategori Simcard Prabayar Pilihan Gen-Z Indonesia .....	132

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Logo by.U Indonesia .....	3
<b>Gambar 1.2</b> Pengguna Internet di Indonesia Awal Tahun 2021.....	8
<b>Gambar 2.1</b> Unsur-Unsur Komunikasi.....	24
<b>Gambar 2.2</b> Empat Arah Komunikasi Organisasi .....	33
<b>Gambar 2.3</b> Alur Pikir Peneliti.....	43
<b>Gambar 4.1</b> Logo by.U Indonesia .....	60
<b>Gambar 4.2</b> Stuktur Organisasi by.U Indonesia.....	62
<b>Gambar 4.3</b> Aplikasi by.U.....	63
<b>Gambar 4.4</b> Paket Dasar Internet by.U.....	64
<b>Gambar 4.5</b> Pilihan Paket Topping Internet by.U .....	65
<b>Gambar 4.6</b> Evita Purnamasari.....	67
<b>Gambar 4.7</b> Parda Halomoan Simatupang .....	68
<b>Gambar 4.8</b> Arkani Adila .....	69
<b>Gambar 4.9</b> Rida Ayu Pratami .....	70
<b>Gambar 4.10</b> Satriyo Hutama Putra.....	71
<b>Gambar 4.11</b> Agus Solihin .....	71
<b>Gambar 4.12</b> Ester Golodya Saragih .....	72
<b>Gambar 4.13</b> Ferry Nandriawan .....	73
<b>Gambar 4.14</b> Provider Telco Digital di Seluruh Dunia.....	79
<b>Gambar 4.15</b> Proses Riset dan Analisis by.U.....	80
<b>Gambar 4.16</b> Ilustrasi dan hastag by.U.....	84
<b>Gambar 4.17</b> Logo 4G LTE by Telkomsel.....	84

<b>Gambar 4.18</b> Proses Desain Strategis by.U .....	85
<b>Gambar 4.19</b> Proses Pengembangan dan Uji Coba by.U .....	87
<b>Gambar 4.20</b> by.U Official Website .....	89
<b>Gambar 4.21</b> by.U Official Instagram .....	90
<b>Gambar 4.22</b> by.U Official Twitter .....	91
<b>Gambar 4.23</b> by.U Official Facebook Page.....	92
<b>Gambar 4.24</b> by.U Official YouTube Channel.....	92
<b>Gambar 4.25</b> by.U Official LinkedIn .....	93
<b>Gambar 4.26</b> by.U KOL dan Influencer .....	94
<b>Gambar 4.27</b> In-App Notification .....	95
<b>Gambar 4.28</b> Email Blast .....	95
<b>Gambar 4.29</b> by.U-Tainment.....	96
<b>Gambar 4.30</b> Medium Inspired by.U .....	97
<b>Gambar 4.31</b> <i>Ngobras (Ngobrol Santuy Bareng)</i> by.U Online Event.....	98
<b>Gambar 4.32</b> Disko Retro by.U .....	98
<b>Gambar 4.33</b> Unggahan pada Highlight Story by.U .....	99
<b>Gambar 4.34</b> Creating A Human-Like Brand .....	100
<b>Gambar 4.35</b> by.U Creative Execution: Ceria dan Hangat Seperti Teman .....	102
<b>Gambar 4.36</b> Permainan 'Bubaran' (Buang Barang Mantan) .....	103
<b>Gambar 4.37</b> Promo yang Relevan dengan Kebutuhan Konsumen .....	103
<b>Gambar 4.38</b> Produk dengan Syarat dan Ketentuan yang Transparan.....	104
<b>Gambar 4.39</b> Keluhan Konsumen melalui Akun Twitter by.U .....	105
<b>Gambar 4.40</b> Menangani Komplain dengan Penyampaian yang Santai .....	106

<b>Gambar 4.41</b> Kompensasi kepada Konsumen.....	108
<b>Gambar 4.42</b> Informasi Pemeliharaan Sistem melalui Media Sosial .....	109
<b>Gambar 4.43</b> Bonus Kuota Internet Monthiversary .....	110
<b>Gambar 4.44</b> Bonus Kuota untuk Konsumen yang Berulang Tahun .....	110
<b>Gambar 4.45</b> Fitur U-Tainment.....	111
<b>Gambar 4.46</b> Creative Execution by.U.....	112
<b>Gambar 4.47</b> Permintaan Konsumen dan Merealisasikannya.....	112
<b>Gambar 4.48</b> Eksekusi Promo dengan Wow Effect .....	113
<b>Gambar 4.49</b> Kampanye "Billboard, do your magic!" .....	114
<b>Gambar 4.50</b> Kampanye "Walikuota" .....	114
<b>Gambar 4.51</b> Kampanye "10giga 20ribu" .....	115
<b>Gambar 4.52</b> Kampanye "Billboard, do your magic!"-nya by.U .....	116
<b>Gambar 4.53</b> Program Giveaway .....	117
<b>Gambar 4.54</b> Memperkenalkan Teknologi 5G melalui Media Sosial by.U .....	119
<b>Gambar 4.55</b> Awareness layanan 5G .....	119
<b>Gambar 4.56</b> Proses Evaluasi dan Perencanaan Ulang by.U .....	123
<b>Gambar 4.57</b> Logo Top Brand Award.....	131
<b>Gambar 4.58</b> Komplain Konsumen Melalui direct message Instagram by.U ...	136
<b>Gambar 4.59</b> Logo dan Ilustrasi by.U .....	144
<b>Gambar 4.60</b> Kode Warna Hex Biru Muda yang Digunakan oleh by.U.....	146
<b>Gambar 4.61</b> Cara Kerja Tradisional (Waterfall).....	166
<b>Gambar 4.62</b> Cara Kerja Agile.....	166
<b>Gambar 4.63</b> Beberapa Unggahan pada Instagram Indosat Ooredoo .....	171



<b>Gambar 4.64</b> Beberapa Unggahan pada Instagram by.U .....	171
<b>Gambar 4.65</b> Perbedaan Kampanye by.U dan Indosat Ooredoo .....	172
<b>Gambar 4.66</b> Model Hasil Penelitian .....	178

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Surat Pra-Riset Penelitian .....	195
<b>Lampiran 2</b> Surat Rekomendasi Seminar Usulan Penelitian .....	196
<b>Lampiran 3</b> Lembar Revisi Usulan Penelitian .....	197
<b>Lampiran 4</b> Surat Rekomendasi Sidang .....	198
<b>Lampiran 5</b> Berita Acara Bimbingan Sidang Skripsi .....	199
<b>Lampiran 6</b> Surat Pengantar Wawancara Informan Kunci (Creative Brand Strategist by.U) .....	200
<b>Lampiran 7</b> Surat Pengantar Wawancara Informan Pendukung (Konsumen by.U) .....	201
<b>Lampiran 8</b> Surat Pengantar Wawancara Informan Pendukung (Pernah menjadi Konsumen by.U) .....	202
<b>Lampiran 9</b> Surat Pengantar Wawancara Informan Pendukung (Konsumen Operator Lain).....	203
<b>Lampiran 10</b> Pedoman Wawancara Informan Kunci .....	204
<b>Lampiran 11</b> Pedoman Wawancara Informan Pendukung.....	206
<b>Lampiran 12</b> Pedoman Wawancara Informan Pendukung.....	207
<b>Lampiran 13</b> Pedoman Wawancara Informan Pendukung.....	208
<b>Lampiran 14</b> Biodata Informan Kunci .....	209
<b>Lampiran 15</b> Biodata Informan Pendukung .....	210
<b>Lampiran 16</b> Biodata Informan Pendukung .....	211
<b>Lampiran 17</b> Biodata Informan Pendukung .....	212

<b>Lampiran 18</b> Hasil Wawancara Informan Kunci .....	213
<b>Lampiran 19</b> Hasil Wawancara Informan Pendukung I.....	221
<b>Lampiran 20</b> Hasil Wawancara Informan Pendukung II.....	225
<b>Lampiran 21</b> Hasil Wawancara Informan Pendukung III .....	229
<b>Lampiran 22</b> Hasil Wawancara Informan Pendukung IV .....	232
<b>Lampiran 23</b> Hasil Wawancara Informan Pendukung V .....	234
<b>Lampiran 24</b> Hasil Wawancara Informan Pendukung VI.....	236
<b>Lampiran 25</b> Hasil Wawancara Informan Pendukung VII.....	239
<b>Lampiran 26</b> Pedoman Observasi .....	242
<b>Lampiran 27</b> Hasil Observasi .....	244
<b>Dokumentasi 1</b> Wawancara Daring dengan Informan Kunci.....	247
<b>Dokumentasi 2</b> Wawancara Daring dengan Informan Pendukung.....	248