

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kerangka Pemikiran.....	5
1. Strategi Komunikasi	5
2. Word of Mouth Communication (WOM)	6
a. <i>Organic Word of Mouth</i>	9
b. <i>Amplified Word of Mouth</i>	9
3. <i>Brand dan Brand Awareness</i>	10
E. Manfaat Penelitian	14
F. Metode Penelitian.....	15
1. Sifat Penelitian	15
2. Subyek dan Obyek Penelitian.....	16

3. Jenis dan Sumber Data	17
4. Teknik Pengumpulan Data	18
5. Teknik Analisis Data Penelitian	19
BAB II	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Strategi Komunikasi.....	21
1) Pengenalan Khalayak	22
2) Penyusunan Pesan	23
3) Penetapan Metode Penyampaian.....	23
4) Pemilihan media	25
5) Peranan Komunikator	26
B. <i>Word of Mouth Communication</i>	27
1. Definisi Word of Mouth	27
2. Proses Word of Mouth	31
C. <i>Brand Awareness</i>	33
BAB III.....	35
DESKRIPSI SPUNKY! APPAREL	35
A. Sejarah Spunky! Apparel	35
B. Visi dan Misi	37
C. Media Sosial.....	38
D. Produk SPUNKY! APPAREL	43
BAB IV	45
PEMBAHASAN	45
A. Strategi <i>Organic Word of Mouth Communication</i> SPUNKY!.....	45
B. Strategi <i>Amplified Word of Mouth Communication</i> SPUNKY!	46

C. <i>Talkers, Topic, Tools, Taking Parts</i> , dan <i>Tracking</i> : Strategi Marketer dalam membangun <i>Brand Awareness</i> oleh SPUNKY! APPAREL	48
D. Empat Dimensi <i>Brand Awareness</i> yang Berhasil Dilakukan oleh SPUNKY! APPAREL	52
BAB V	58
PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	67