

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
D. Obyek Penelitian.....	6
F. Kerangka Pemikiran	6
1. Strategi Komunikasi.....	6
2. Apartemen di Yogyakarta	10
3. <i>Brand</i> dan <i>Brand Positioning</i>	12
G. Kerangka Konsep... ..	24
H. Metodologi Penelitian	32
1. Teknik Pengumpulan Data.....	32
2. Teknik Analisis Data.....	34

BAB II	KAJIAN TENTANG PERSAINGAN ANTAR	
	APARTEMEN DI YOGYAKARTA, STRATEGI KOMUNIKASI,	
	DAN BRAND POSITIONING	35
A.	Persaingan Apartemen di Yogyakarta dan	
	Upaya Membangun Loyalitas Penghuni pada Apartemen.....	35
B.	Peranan Strategi Komunikasi dalam <i>Brand Positioning</i>	40
C.	Langkah-Langkah dalam <i>Brand Positioning</i>	46
D.	Implikasi <i>Brand Positioning</i> terhadap <i>Brand Image</i>	53
BAB III	TINJAUAN UMUM	
	APARTEMEN STUDENT CASTLE	59
A.	Persaingan Apartemen Student Castle dengan Kompetitor....	59
B.	Profil Apartemen Student Castle	65
C.	Spesifikasi Bangunan dan Unit Hunian Apartemen	
	Student Castle	71
BAB IV	STRATEGI KOMUNIKASI APARTEMEN	
	STUDENT CASTLE DALAM	
	MELAKUKAN <i>BRAND POSITIONING</i>	77
A.	Temuan Penelitian	77
B.	Analisis Strategi Komunikasi Apartemen Student Castle	
	dalam Melakukan <i>Brand Positioning</i>	100
a.	Analisis Strategi Komunikasi Apartemen Student Castle....	102
b.	Analisis <i>Brand Positioning</i> Apartemen Student Castle	111
c.	Analisis Bentuk-Bentuk Komunikasi untuk	
	Mengkomunikasikan <i>Brand</i> pada Strategi	
	Komunikasi Apartemen Student Castle	
	dalam Melakukan <i>Brand Positioning</i>	133



BAB V PENUTUP.....	164
A. Kesimpulan.....	164
B. Saran	168
DAFTAR PUSTAKA.....	171
LAMPIRAN.....	176