

## DAFTAR ISI

PENYUSUNAN STRATEGI <i>BUSINESS TO BUSINESS BRANDING</i> UNTUK LAMAN PT STUDIO MINERAL BATUBARA	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
INTISARI .....	xi
ABSTRACT .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
1.6. Lingkup Penelitian .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1. <i>Branding</i> .....	11
2.2. Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar (STP).....	12
2.2.1. Segmentasi Pasar .....	12
2.2.2. Target Pasar .....	15
2.2.3. Posisi Pasar.....	18
2.3. Proposisi Nilai .....	19
2.4. Kesadaran Merek .....	21
2.5. <i>Strategic Brand Management</i> .....	23
2.6. <i>Business-to-Business (B2B) Brand Management</i> .....	24
2.7. <i>Business-to-Business (B2B) Brand Communications</i> .....	26

2.8. Strategi Digital.....	28
2.8.1. Pengembangan Strategi .....	29
2.8.2. Sasaran Internet .....	31
2.9. Elemen Komunikasi Laman .....	<b>32</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Desain Penelitian .....	35
3.1.1. Pendekatan Penelitian.....	35
3.1.2. Kerangka Penelitian .....	36
3.1.3. Jenis Data.....	37
3.1.4. Metode Pengumpulan Data.....	38
3.2. Pemilihan Narasumber .....	39
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	39
3.4. Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	39
3.4.1. <i>Thematic Content Analysis</i> .....	39
3.4.2. Reduksi Data.....	40
3.4.3. Penyajian Data .....	40
3.4.4. Pengolahan Data.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	43
4.1.1. Visi dan Misi.....	44
4.1.2. Nilai Utama.....	45
4.1.3. Kegiatan Pemasaran .....	46
4.2. Analisis STP .....	49
4.2.1. Segmentasi Perusahaan .....	49
4.2.2. Target Perusahaan .....	53
4.2.3. Posisi Perusahaan .....	53
4.3. Analisis Proposisi Nilai .....	57
4.4. Analisis Faktor dalam Membangun <i>Branding</i> .....	59
4.4.1. Karakteristik Klien .....	59

4.4.2. Karakteristik Kompetitor .....	66
4.4.3. Sumber Daya yang Dimiliki .....	67
4.5. Pembangunan dan Strategi <i>Branding</i> pada Laman.....	68
4.5.1. Analisis dan Definisi Kebutuhan .....	68
4.5.2. Analisis Strategi Identitas Merek dalam Laman .....	70
4.5.3. Analisis Laman PT SMB .....	71
4.5.4. Kebutuhan Fungsional Laman .....	72
4.5.5. Karakteristik Audiens .....	73
4.5.6. Evaluasi Kinerja Laman .....	74
4.6. Desain Laman .....	74
4.6.1. Pemilihan Nama Domain.....	74
4.6.2. Halaman Utama.....	74
4.6.3. <i>People</i> .....	80
4.6.4. <i>Projects</i> .....	80
4.6.5. <i>Blog</i> .....	80
4.6.6. <i>About Us</i> .....	81
4.6.7. <i>Contact Us</i> .....	81
BAB V SIMPULAN.....	82
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Implikasi.....	84
5.3. Keterbatasan .....	85
5.4. Saran.....	85