

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA &amp; KERANGKA KONSEP</b> .....	11
A. Tinjauan Pustaka .....	11
1. Komunikasi Pemasaran .....	11
2. Periklanan.....	16
3. <i>Brand</i> .....	20

4. <i>Brand Communication</i> .....	21
5. <i>Brand Awareness</i> .....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Konsep .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
B. Pendekatan Penelitian .....	31
C. Metode Penelitian.....	31
D. Operasionalisasi Konsep .....	32
E. Teknik Penentuan Informan.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
H. Uji Keabsahan Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Fokus Penelitian .....	37
1. Sejarah Serona <i>Coffee</i> Bintaro.....	37
2. Logo.....	39
3. Visi dan Misi .....	39
4. <i>Profile Owner</i> Serona <i>Coffee</i> Bintaro.....	40
B. Hasil Penelitian .....	41
1. <i>Brand Communication</i> .....	41
a. <i>Brand Visualization</i> .....	42
b. <i>Brand Activation</i> .....	46
C. Hasil Pembahasan .....	58
1. <i>Brand Communication</i> yang dilakukan oleh Serona <i>Coffee</i> Bintaro dalam membangun Brand Awareness .....	60
2. Hambatan yang dihadapi Serona <i>Coffee</i> Bintaro ketika sedang melakukan <i>Brand Communication</i> dalam membangun <i>Brand Awareness</i> ...	70
3. <i>Brand Communication</i> Serona <i>Coffee</i> Bintaro dalam membangun <i>Brand Awareness</i> berdasarkan pandangan konsumen dan ahli praktisi .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN</b> .....	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76

B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	79
<b>LAMPIRAN</b> .....	81