

DAFTAR ISI

| | | |
|-----------------------------------|---|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | | iv |
| ABSTRAK | | v |
| ABSTRACT | | vi |
| BIODATA SINGKAT PENULIS | | vii |
| KATA PENGANTAR | | viii |
| UCAPAN TERIMA KASIH | | ix |
| DAFTAR ISI | | x |
| | | |
| BAB I | PENDAHULUAN | 1 |
| | A. Latar Belakang Masalah | |
| | B. Identifikasi Masalah | 8 |
| | C. Pembatasan Masalah atau Fokus Penelitian | 8 |
| | D. Rumusan Masalah | 9 |
| | E. Tujuan Penelitian | 9 |
| | F. Signifikansi Penelitian | 9 |
| | | |
| BAB II | TINJAUAN KEPUSTAKAAN, PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA KONSEP | 10 |
| | A. Kajian Teori | 10 |
| | 1. Komunikasi Pemasaran | 10 |
| | 2. Brand Positioning | 16 |
| | 3. Personal Branding | 24 |
| | 4. Penyiar (Announcer/Virtual Announcer) | 29 |
| | B. Kajian Terdahulu | 31 |
| | C. Kerangka Konsep | 33 |
| | | |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 35 |
| | A. Pendekatan Penelitian | 35 |
| | B. Strategi/ Metode Penelitian | 35 |
| | C. Sifat Penelitian | 36 |
| | D. Penjelasan Konsep | 36 |
| | E. Unit Analisis | 39 |
| | F. Informan dan Sumber Informasi | 40 |
| | G. Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| | H. Teknik Analisa Data | 41 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| | I. Uji Keshahihan atau Keabsahan Data | 43 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 44 |
| | A. Gambaran Umum | 44 |
| | B. Hasil Penelitian | 48 |
| | C. Pembahasan | 67 |
| BAB V | PENUTUP | 73 |
| | A. Kesimpulan | 73 |
| | B. Saran | 73 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| | LAMPIRAN | 79 |
| | SK Bimbingan Tesis | |
| | Kuesioner (Kuantitatif) | |
| | Panduan Wawancara/ Transkrip Wawancara (Kualitatif) | |