

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
RIWAYAT HIDUP.....	xxi
MOTTO HIDUP.....	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Landasan Pemikiran	9
1.5.1 Landasan Teoritis	9
1.5.2 Landasan Konseptual	11
1.6 Langkah Penelitian.....	13
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	14
1.6.3 Metode Penelitian.....	15
1.6.4 Jenis Data dan Sumber	15

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan.....	17
1.6.7 Teknik Analisis Data	20
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	24
BAB II	25
KAJIAN PUSTAKA.....	25
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.2 Kajian Konseptual.....	34
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	34
2.2.2 Strategi Komunikasi Humas	36
2.2.3 Citra.....	38
2.3 Kajian Teoritis	43
2.3.1 <i>Branding</i>	43
2.3.2 Teori <i>Footing</i>	46
BAB III.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
3.1.1 Profil Attaqwa Store.....	53
3.1.2 Logo Atttaqwa Store	55
3.1.3 Visi dan Misi Attaqwa Store	56
3.1.4 Struktur Organisasi Attaqwa Store.....	57
3.2 Profil Informan.....	58
3.3 Hasil Penelitian	59
3.3.1 Peran <i>Principal</i> dalam Strategi Komunikasi Attaqwa Store	61
3.3.2 Peran <i>Author</i> dalam Stategi Komunikasi Attaqwa Store	72
3.3.3 Peran <i>Animator</i> dalam Strategi Komunikasi Attaqwa Store	85
3.4 Pembahasan.....	108
3.4.1 Peran <i>Principal</i> dalam Strategi Komunikasi Attaqwa Store	110
3.4.2 Peran <i>Author</i> dalam Strategi Komunikasi Attaqwa Store	120
3.4.3 Peran <i>Animator</i> dalam Strategi Komunikasi Attaqwa Store	130
BAB IV	141
SIMPULAN DAN SARAN	141

4.1 Simpulan	141
4.2 Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN.....	153

