

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBARAN PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
MOTTO.....	xix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
1.5 Kajian Penelitian yang Relevan .....	10
1.6 Landasan Pemikiran .....	15
1.6.1 Landasan Teoritis .....	15
1.6.2 Landasan konseptual.....	19
1.7 Langkah-Langkah Penelitian.....	26
1.7.1 Lokasi penelitian.....	26
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan .....	27
1.7.3 Metode Penelitian .....	27
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	28
1.7.5 Informan atau Unit Analisis.....	28

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data .....	29
1.7.7 Teknik Analisis Data .....	31
BAB II .....	33
KAJIAN PUSTAKA .....	33
2.1 <i>Corporate Identity</i> .....	33
2.1.1 Definisi <i>Corporate Identity</i> .....	33
2.2.2 Fungsi <i>Corporate Identity</i> .....	37
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	40
2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....	40
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	42
2.2.4 Unsur-Unsur Komunikasi Pemasaran .....	43
2.2.5 Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran .....	45
2.3 Citra .....	47
2.3.1 Definisi Citra .....	47
2.3.2 Peran Citra .....	48
2.4 Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	50
2.4.1 Definisi Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	50
2.4.2 Tingkatan Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	51
2.5 <i>Tagline</i> .....	54
2.5.1 Definisi <i>Tagline</i> .....	54
2.5.2 <i>Tagline</i> Untuk Menciptakan <i>Brand Awareness</i> .....	55
BAB III .....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	58
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58
3.1.1 Profil dan Sejarah Urban Radio 106.3 FM .....	58
3.1.2 Visi dan Misi Urban Radio .....	60
3.1.3 Logo Urban Radio .....	61
3.1.4 Struktur Organisasi Urban Radio .....	62
3.1.5 Profil Informan .....	62
3.2 Hasil Penelitian .....	63
3.2.1 Tahap <i>Recognition</i> (Pengenalan) <i>Corporate Identity Tagline</i> “Radionya Urang Bandung” Urban Radio .....	65

3.2.2	Tahap <i>Recall</i> (Pengulangan Kembali) <i>Tagline</i> “Radionya Urang Bandung” Urban Radio .....	74
3.2.3	Tahap <i>Top Of Mind</i> (Puncak Pemikiran) <i>Tagline</i> “Radionya Urang Bandung” Urban Radio .....	82
3.3	Pembahasan .....	93
3.3.1	Tahap <i>Recognition</i> (Pengenalan) <i>Tagline</i> “Radionya Urang Bandung” .....	95
3.3.2	Tahap <i>Recall</i> (Peningkatan Kembali) <i>Tagline</i> “Radionya Urang Bandung” .....	105
3.3.3	Tahap <i>Top Of Mind</i> (Puncak Pemikiran) <i>Tagline</i> “Radionya Urang Bandung” .....	112
BAB IV	.....	122
PENUTUP	.....	122
4.1	Simpulan.....	122
4.2	Saran .....	123
DAFTAR PUSTAKA	.....	126
LAMPIRAN	.....	129



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Tabel data Informan.....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual .....	26
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek .....	51
Gambar 3.1 Logo Urban Radio 106.3 FM .....	61
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Urban Radio 106.3 FM .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Bebas Plagiasi dari Jurusan.....	129
Lampiran 2 : Persentasi Cek Turnitin .....	130
Lampiran 3 : Surat Keputusan Skripsi .....	131
Lampiran 4 : Data Proses Bimbingan Skripsi I.....	132
Lampiran 5 : Data Proses Bimbingan Skripsi II .....	133
Lampiran 6 : Surat Permohonan Izin Penelitian .....	134
Lampiran 7 : Pedoman Pertanyaan Wawancara .....	135
Lampiran 8 : Dokumentasi Wawancara .....	137

