

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	9
1.5.1 Teori Penyusunan Tindakan.....	9
1.5.2 <i>Rebranding</i>	12

1.5.3 <i>Brand Awareness</i>	13
1.6 Alur Pemikiran.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Brand dan Rebranding</i>	17
2.1.1 Definisi <i>Brand</i>	17
2.1.2 Definisi <i>Rebranding</i>	20
2.2 <i>Brand Awareness</i>	27
2.2.1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	28
2.2.2 Nilai <i>Brand Awareness</i>	29
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	31
2.4 Penelitian Terdahulu.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	47
3.3 Lokasi Penelitian.....	47
3.4 Subyek Penelitian.....	47
3.5 Obyek Penelitian.....	48
3.6 Sumber Data.....	48
3.6.1 Sumber Data Primer.....	48
3.6.2 Sumber Data Sekunder.....	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7.1 Wawancara Mendalam.....	49
3.7.2 Observasi.....	50

3.7.3 Studi Pustaka.....	51
3.8 Teknik Analisis Data.....	51
3.9 Validitas Data.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Sejarah Arfa Barbershop.....	54
4.1.2 Visi, Misi, Motto, dan Nilai Perusahaan.....	57
4.1.2.1 Visi Perusahaan.....	57
4.1.2.2 Misi Perusahaan.....	58
4.1.2.3 Nilai Perusahaan.....	58
4.1.2.4 Motto Perusahaan.....	60
4.1.3 Struktur Organisasi.....	60
4.1.4 Operasional Arfa Barbershop.....	62
4.1.5 Produk dan Pelayanan.....	64
4.1.6 Profil Informan.....	67
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Tahap Analisis.....	70
4.2.2 Tahap Perencanaan.....	74
4.2.2.1 Pergantian Logo.....	75
4.2.2.2 Pergantian <i>Tagline</i>	79
4.2.2.3 Pergantian Desain Gerai.....	80
4.2.2.4 Penambahan Nilai Perusahaan.....	82
4.2.2.5 Komunikasi Pemasaran.....	86

4.2.3 Tahap Evaluasi.....	102
4.2.3.1 Evaluasi Aspek <i>Rebranding</i>	103
4.2.3.2 Evaluasi Komunikasi Pemasaran.....	112
4.2.3.3 <i>Brand Awareness</i> Setelah <i>Rebranding</i>	118
4.3 Pembahasan.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	137
5.2 Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan 14 Subsektor Industri Kreatif di Indonesia Tahun 2013-2017 Dalam Milyar Rupiah.....	4
Tabel 1.2 Daftar Barbershop Yogyakarta 2009-2017.....	6
Tabel 2.1 Elemen Bauran Promosi.....	38

DAFTAR GRAFIK DAN GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Pemikiran.....	16
Gambar 2.1 Rebranding Sebagai Kontinum.....	25
Gambar 2.2 Tingkat Kesadaran Merek.....	28
Gambar 2.3 Nilai Kesadaran Merek.....	30
Gambar 2.4 Model Proses Komunikasi Pemasaran.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Arfa Barbershop.....	61
Gambar 4.2 Perbandingan Logo Baru dan Logo Lama Arfa Barbershop.....	76
Gambar 4.3 Makna Logo Baru Arfa Barbershop.....	78
Gambar 4.4 Makna Tagline Arfa Barbershop.....	79
Gambar 4.5 Perubahan Desain Eksterior Gerai.....	81
Gambar 4.6 Perubahan Desain Interior Gerai.....	82
Gambar 4.7 Nilai Arfa Barbershop.....	84
Gambar 4.8 Poster <i>Welcome To New Arfa</i>	88
Gambar 4.9 Web Series <i>Truly Manly</i>	89
Gambar 4.10 Voucher Edisi Amazing Muharram.....	91
Gambar 4.11 Voucher Gratis Arfa Barbershop.....	92
Gambar 4.12 Harga Khusus Hari Kemerdekaan.....	93
Gambar 4.13 ARFAGO Jogja.....	95
Gambar 4.14 Hari Sedekah Nasional Bersama Arfa.....	98
Gambar 4.15 Relawan Arfa Untuk Lombok.....	99
Gambar 4.16 Kerja Sama Arfa Dengan Ojek Difa.....	100

Gambar 4.17 <i>Awarding Ceremony</i> UARFANTASTIC.....	101
Gambar 4.18 Kegiatan <i>Planning Of Action</i>	102
Gambar 4.19 Strategi <i>Rebranding</i> Arfa Barbershop Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	135

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Dekan FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Yogyakarta Nomor: 71/UN6.25/LT 2019, tanggal 18 Maret 2019, perihal Permohonan Ijin Penelitian.....144
- Lampiran 2 Surat *General Manager* PT Arfa Sukses Mulia Nomor: S-17/ASM/IV/2019, perihal Konfirmasi Penelitian Skripsi.....146
- Lampiran 3 Interview Guide: Strategi *Rebranding* Arfa Barbershop Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*.....148