

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Rumusan Masalah	11
1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.2.1 Tujuan Penelitian	12
1.2.2 Manfaat Penelitian	12
a. Manfaat Akademis	12
b. Manfaat Praktis.....	12
1.3 Kerangka Teori dan Konsep.....	13
1.3.1 Model <i>Goals Plan Action</i> (GPA).....	13
1.3.2 Konsep Komunikasi Pemasaran (<i>marketing communication</i>).....	15
1.4 Kerangka Pemikiran	20
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Komunikasi Pemasaran	21
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.1.2 Indikator Komunikasi Pemasaran	24
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	25

2.2.1 Pengaruh marketing mix dalam strategi pemasaran	26
2.2.2 Keputusan pembelian.....	28
2.3 Citra Merek.....	31
2.3.1 Komponen Citra merek.....	33
2.4 Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III	43
METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.2.1 Subjek Penelitian	44
3.2.2 Objek Penelitian.....	45
3.3 Lokasi Penelitian	46
3.4 Sumber Data	46
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1 Wawancara.....	46
3.5.2 Observasi	47
3.5.3 Dokumen.....	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.7 Keabsahan Data.....	50
BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	53
4.1.1 Profil Cheon Indonesia	53
4.1.2 Struktur Organisasi	54
4.2 Strategi Marketing Komunikasi Cheon Indonesia untuk Meningkatkan Citra Merek Cheon di Yogyakarta	55
4.2.1 Penentuan Tujuan Strategi Marketing Komunikasi Cheon (Goal).....	55
4.2.2 Perencanaan Strategi Marketing Komunikasi Cheon (Plan)	57
4.2.3 Pelaksanaan Strategi Marketing Komunikasi Cheon (Action).....	65
4.2.4 Kendala Pelaksanaan Strategi Marketing Komunikasi Cheon	73

4.2.5 Dampak Strategi Marketing Komunikasi Cheon terhadap Citra Merek Cheon di Yogyakarta	89
4.2.6 Pembahasan	105
BAB V.....	117
KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	123
INTERVIEW GUIDE	124
DOKUMENTASI WAWANCARA	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Informan Wawancara Cheon Indonesia	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Popularitas Konten Korea di Indonesia Tahun 2017	2
Gambar 1.2 Korean Hotdog	5
Gambar 1.3 News Cheon	9
Gambar 1.4 Model Produksi Pesan goals plan theory Dillard	14
Gambar 1.5 Bagan Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data (Flow Model)	49
Gambar 4.1 Logo Cheon Indonesia	53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Cheon Indonesia.....	54
Gambar 4.3 Program VIP Cheon	67
Gambar 4.4 Berita Pelaksanaan Event Dance Cheon Saranghae.....	69
Gambar 4.5 Liputan Anniversary Cheon Indonesia Media Massa	70
Gambar 4.6 Sponsorship Summer Tour 2023 JKT48 oleh Cheon.....	71