

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                              | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                              | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                 | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR DEDIKASI .....</b>                                | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                      | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                    | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                   | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                               | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                             | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Fokus Penelitian .....</b>                           | <b>6</b>    |
| <b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>                      | <b>6</b>    |
| <b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>                          | <b>7</b>    |
| <b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>                         | <b>7</b>    |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                                | 7           |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....                                 | 7           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>                          | <b>8</b>    |
| <b>2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....</b>               | <b>8</b>    |
| <b>2.2 Landasan Teoritis.....</b>                           | <b>15</b>   |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....                            | 15          |
| 2.2.2 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> ..... | 19          |
| 2.2.3 Strategi <i>Branding</i> .....                        | 21          |
| <b>2.3 Landasan Konseptual .....</b>                        | <b>23</b>   |
| 2.3.1 Strategi <i>Branding</i> .....                        | 23          |
| 2.3.2 <i>Brand Identity</i> (Identitas Merek).....          | 24          |
| 2.3.3 <i>Brand Image</i> .....                              | 26          |
| 2.3.4 <i>Brand Positioning</i> .....                        | 28          |
| 2.3.5 Vape .....  | 29          |
| <b>2.4 Kerangka Pemikiran.....</b>                          | <b>30</b>   |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>32</b> |
| <b>3.1 Desain Penelitian .....</b>  | <b>32</b> |
| <b>3.2 Pendekatan Deskriptif Kualitatif.....</b>                                      | <b>32</b> |
| <b>3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....</b>                                    | <b>33</b> |
| <b>3.4 Teknik Analisis Data.....</b>  | <b>36</b> |
| <b>3.5 Pemeriksaan Keabsahan Data .....</b>   | <b>39</b> |
| <b>3.6 Profil Informan.....</b>   | <b>40</b> |
| <b>3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>   | <b>42</b> |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                    | <b>44</b> |
| <b>4.1 Profil Objek Penelitian .....</b>  | <b>44</b> |
| 4.1.1 Profil Steamqueen Juice .....   | 44        |
| 4.1.1.1 Sejarah Steamqueen Juice .....  | 44        |
| 4.1.1.2 Struktur Perusahaan Steamqueen Juice.....                                     | 48        |
| <b>4.2 Deskripsi Data Penelitian .....</b>  | <b>50</b> |
| 4.2.1 Awal Proses <i>Branding</i> Steamqueen Juice.....                               | 50        |
| 4.2.2 Merek Produk Sebagai Identitas .....  | 53        |
| 4.2.3 Media Online Untuk Pemasaran Steamqueen Juice Dalam Membangun<br>Image.....     | 55        |
| 4.2.4 Menjadi Sponsor Sebagai Proses Membangun Image .....                            | 58        |
| 4.2.5 <i>Image</i> Premium <i>E-liquid</i> Menjadi Strategi <i>Marketing</i> .....    | 60        |
| 4.2.6 Konten Media Sosial Untuk Membangun <i>Brand Image</i> .....                    | 62        |
| 4.2.7 Posisi <i>Booth</i> Dalam <i>Event</i> Untuk Membangun <i>Brand Image</i> ..... | 65        |
| 4.2.8 Menembus Pasar Asia Untuk Membangun <i>Image</i> .....                          | 67        |
| 4.2.9 Personality Untuk Membangun <i>Brand Image</i> .....                            | 69        |
| 4.2.10 <i>Element</i> Steamqueen Juice untuk membangun <i>brand</i> .....             | 71        |
| 4.2.11 <i>Influencer</i> Untuk Membangun <i>Brand Positioning</i> .....               | 75        |
| 4.2.12 Testimonial Dari Pembeli Untuk Membangun <i>Brand Positioning</i> .....        | 77        |
| 4.2.13 Idealis Untuk Membangun <i>Brand Positioning</i> .....                         | 79        |
| <b>4.3 Pembahasan .....</b>   | <b>82</b> |

|                                      |  |            |
|--------------------------------------|--|------------|
| 4.3.1                                | Pembentukan <i>Brand Identity</i> Terhadap Steamqueen Juice Melalui Kualitas Produk..... | 82         |
| 4.3.2                                | Membangun <i>Brand Image</i> Steamqueen Juice Melalui Strategi Marketing .....           | 86         |
| 4.3.3                                | Menciptakan <i>Brand Positioning</i> Steamqueen Juice Dengan Publikasi Produk.....       | 90         |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b> |  | <b>97</b>  |
| <b>5.1</b>                           | <b>Kesimpulan Penelitian .....</b>   | <b>97</b>  |
| <b>5.2</b>                           | <b>Saran.....</b>  | <b>98</b>  |
| 5.2.1                                | Saran Akademis.....  | 99         |
| 5.2.2                                | Saran Praktis.....   | 100        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>          |  | <b>101</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                      |  |            |

## **DAFTAR TABEL**

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 2.1 | Matriks Hasil Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 | Kerangka Pikir Penelitian.....          | 34 |
| 3.1 | Model Interaktif Analisis.....          | 37 |
| 3.2 | Jadwal Penelitian.....                  | 43 |
| 4.1 | Bagan Hasil Penelitian .....            | 96 |

## DAFTAR GAMBAR

|      |  |    |
|------|--|----|
| 4.1  | Struktur Organisasi Perusahaan .....                 | 48 |
| 4.2  | Logo Steamqueen Juice.....                           | 55 |
| 4.3  | <i>Feed</i> Instagram Steamqueen Juice .....         | 57 |
| 4.4  | Poster Sponsor.....                                  | 59 |
| 4.5  | Suasana Antrian Oatdrips.....                        | 62 |
| 4.6  | Poster <i>Giveaway</i> .....                         | 64 |
| 4.7  | Foto <i>Booth</i> Steamqueen Juice .....             | 66 |
| 4.8  | Steamqueen Juice di Malaysia .....                   | 69 |
| 4.9  | Poster Seminar .....                                 | 71 |
| 4.10 | <i>Feed</i> Instagram Karyawan Steamqueen Juice..... | 74 |
| 4.11 | <i>Review</i> Produk Steamqueen Juice .....          | 76 |
| 4.12 | Testimoni Pelanggan .....                            | 79 |
| 4.13 | Promosi Produk .....                                 | 81 |