

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	 <b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA ..</b>	 <b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Landasan Teori .....	23
2.2.1 Teori Analisis Resepsi .....	23
2.2.2 Interpretasi.....	25
2.3 Merek .....	32
2.3.1 Ekuitas Merek.....	37
2.3.1.1 <i>Brand Awareness</i> .....	42
2.3.1.2 <i>Brand Association</i> .....	45
2.3.1.3 <i>Brand Perceived Quality</i> .....	48
2.3.1.4 <i>Brand Loyalty</i> .....	51
2.4 Media Iklan .....	54
2.4.1 Media Iklan Cetak .....	55

2.5	Poster .....	57
2.5.1	Jenis-Jenis Poster Berdasarkan Isinya .....	58
2.5.2	Fungsi/Manfaat Media Poster .....	59
2.5.3	Ciri / Karakter Media Poster .....	60
2.5.4	Kelebihan Media Poster .....	61
2.6	Kerangka Pemikiran .....	62
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>64</b>
3.1	Obyek Penelitian .....	64
3.2	Paradigma Penelitian .....	64
3.3	Metode Penelitian .....	66
3.4.	Informan Penelitian .....	67
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.5.1	Data Primer .....	68
3.5.2	Data Sekunder .....	69
3.6.	Jenis dan Sumber Data .....	69
3.7.	Teknik Analisis Data .....	70
3.8.	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data .....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>73</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	73
4.2	Profil Perusahaan .....	72
4.2.1	Sejarah Singkat POLO .....	76
4.2.2	Struktur Organisasi POLO Garment .....	79
4.3	Hasil Penelitian .....	80
4.3.1	Deskripsi Informan .....	80
4.3.2	Kesan Pertama Informan Terhadap Ekuitas Merek POLO	82
4.3.3	Interpretasi Informan Terhadap Ekuitas Merek POLO pada Media Poster .....	86
4.3.4	Pemaknaan Produsen POLO .....	98
4.4	Pembahasan .....	102

4.4.1 Otonomi Teks .....	102
4.4.1.1 Maksud Pengarang .....	104
4.4.2 Situasi Kultural & Kondisi Sosial Pengadaan Text ..	105
4.4.3 Tujuan Teks (Kontekstualisasi) .....	106
4.4.4 Posisi Penerimaan Pesan .....	107
4.4.4.1 Pemaknaan Dominan - Hegemonic .....	108
4.4.4.2 Pemaknaan Negoisasi .....	113
4.4.4.3 Pemaknaan Oposisi .....	114
<b>Bab V PENUTUP.....</b>	<b>118</b>
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran .....	120
5.2.1 Akademis .....	120
5.2.2 Praktis .....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>123</b>
Lampiran 1. Transkrip Wawancara Produsen.....	123
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan Khalayak .....	127
Lampiran 3. Riwayat Hidup R.S.I.T.A.S .....	148

# MERCU BUANA