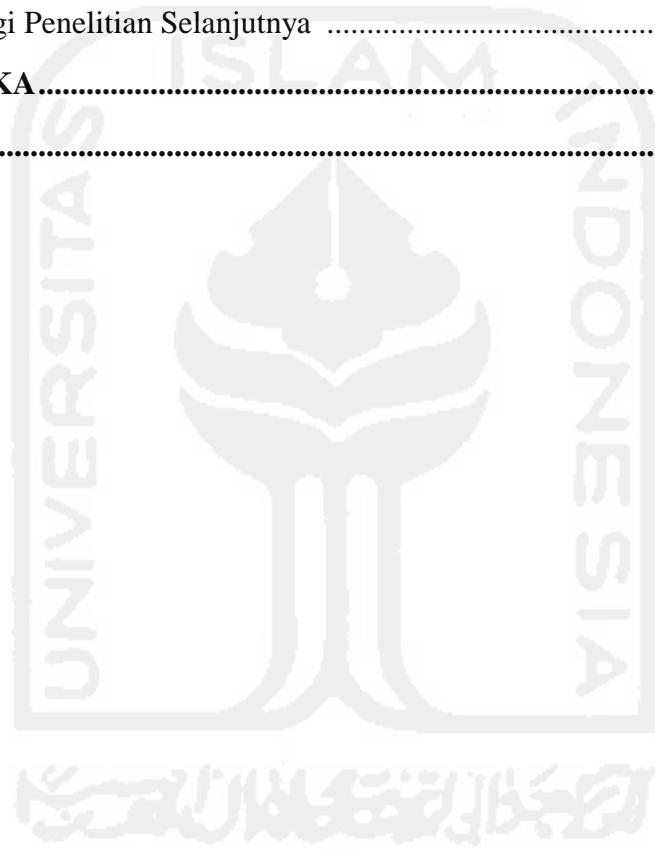


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN AKEDEMIK.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABTRACT	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Landasan Teori	10
1. Digital Marketing	10
2. Biro Periklanan	16
3. Brand dan Branding	17
G. Metodologi Penelitian	23
1. Paradigma Penelitian	23
2. Pendekatan penelitian	24
3. Waktu dan lokasi penelitian	24
4. Narasumber Penelitian	24
5. Pengumpulan Data.....	25

6. jenis Data	26
7. Analisis Data.....	26
BAB II. GAMBARAN PENELITIAN	29
A. Sejarah Perkembangan	29
B. Profil Chalkboard Asia.....	30
1. Visi.....	30
2. Misi	30
C. Struktur Chalkboard Asia.....	30
BAB III. TEMUAN DATA PENELITIAN.....	39
A. Strategi digital Marketing	41
B. Brand Image	48
BAB IV. PEMBAHASAN	54
A. Strategi digital Marketing	54
1. Penyebaran Informasi	54
2. Menciptakan Kesadaran	56
3. Tujuan Riset	57
4. Membangun Persepsi	57
5. Percobaan Produk	60
6. Meningkatkan Pelayanan.....	60
7. Meningkatkan Distribusi	61
B. Branding	67
1. Atribut.....	68
2. Manfaat	68
3. Nilai.....	69
4. Budaya	70
5. Kepribadian	70
6. Pemakai.....	71
C. Analisis SWOT	72
1. Strength.....	73
2. Weakness	73

3. Opportunity	73
4. Threat	73
BAB V. PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
1. Strategi Digital Marketing	75
2. Brand Image	76
3. Analisis SWOT	77
B. Saran	79
C. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	83



Daftar Gambar

Gambar 2.1. Logo Chalkboard Asia	29
Gambar 2.2. Chalkboard Team.....	31
Gambar 3.1 Facebook EJB	43
Gambar 3.2 Instagram EJB	44
Gambar 3.3 Twitter EJB	44
Gambar 3.4. Konten EJB	49
Gambar 4.1 Instagram Extra Joss Blend	55
Gambar 4.2 Twitter Extra Joss Blend.....	55
Gambar 4.3 Web Extra Joss Blend	56
Gambar 4.4 Visual (tone warna)	58
Gambar 4.5 Design Gambar	59
Gambar 4.6 Bahasa	59
Gambar 4.7 Form Digital Web	61
Gambar 4.8 Meningkatkan Pelayanan	61
Gambar 4.9 Twitter dan Facebook	62
Gambar 4.10 Kegiatan Blog yang berada di web	62
Gambar 4.11 Massage tailoring	63
Gambar 4.12 Massage tailoring	64
Gambar 4.13 interactive capabilities twitter	64
Gambar 4.14 interactive capabilities kuis.....	65
Gambar 4.15 interactive capabilities facebook.....	66
Gambar 4.16 manfaat fungsional dan emosional	68
Gambar 4.17 Manfaat fungsional	69
Gambar 4.18 manfaat emosional	69
Gambar 4.19 Kepribadian	70
Gambar 4.20 Kepribadian	71
Gamabr 4.21 Manfaat.....	72