

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1 Tinjauan Pustaka .....	10
2.1.1 Dramatism .....	10
2.1.2 Konstruktivisme .....	13
2.1.3 The Associative Network Memory Model.....	15
2.1.4 Brand Positioning.....	16
2.2 Literatur Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	30
3.1.3 Alat Analisis.....	30
3.1.4 Lokasi Penelitian .....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.2.1 Jenis Data.....	31

3.2.2 Strategi & Prosedur Pengumpulan Data .....	32
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	36
3.3.1 Analisis Data .....	36
3.3.2 Teknik Keabsahan Data .....	38
<b>BAB 1V .....</b>	<b>39</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1. Karakteristik Informan.....	39
4.2. Profil Geoff Max .....	42
4.3. Hasil Penelitian.....	44
4.3.1. Strategi <i>Branding</i> Geoff Max dengan Pengelolaan Karakter .....	44
4.3.2. Pembangunan Karakter Geoff Max Melalui Kolaborasi .....	57
4.4. Pembahasan.....	65
4.4.1. Strategi <i>Branding</i> Geoff Max dengan Pengelolaan Karakter .....	65
4.4.2. Pembangunan Karakter Geoff Max Melalui Kolaborasi .....	69
<b>BAB V .....</b>	<b>73</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2. Saran .....	74
5.2.1 Saran Teoritis .....	74
5.2.2 Saran Praktis .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>