

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.I. Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Teori Semiotika Roland Barthes.....	8
2.1.2 Branding.....	10
2.1.3 City Branding.....	11
2.1.4 Logo.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Berpikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian	21
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	22
3.3.1 Subjek Penelitian.....	22
3.3.2 Objek Penelitian.....	23
3.4 Lokasi Penelitian.....	23
3.5 Informan Penelitian	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.7 Teknik Analisis Data.....	26
3.8 Teknik Keabsahan Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Karakteristik Informan	29
4.2 Hasil Penelitian	31

4.2.1 Makna Denotatif dan Konotatif	31
4.2.2 Kaitan Logo dan Nilai Budaya.....	33
4.3 Pembahasan.....	34
4.3.1 Makna Denotasi dan Konotasi	35
4.3.2 Kaitan Logo Yang Merepresentasikan Nilai Budaya.....	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
5.2.1 Saran Akademis	40
5.2.2 Saran Praktisi	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	44