

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	11
1.3 Identifikasi Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Strategi.....	13
2.2 <i>Community Management</i> .....	16
2.3 <i>Brand</i> .....	17
2.4 <i>Branding</i> .....	19
2.5 <i>Positioning</i> dan Diferensiasi .....	22
2.5.1 <i>Positioning</i> .....	22
2.5.2 Diferensiasi.....	25
2.6 Penelitian Terdahulu.....	27
2.7 Kerangka Pemikiran .....	36

BAB III METODE PENELITIAN .....	37
3.1 Paradigma Penelitian .....	37
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	38
3.2.1 Subjek Penelitian .....	38
3.2.2 Objek Penelitian.....	38
3.3 Lokasi Penelitian .....	39
3.4 Unit Analisis Penelitian .....	39
3.5 Informan Kunci .....	40
3.6 Pengumpulan Data Penelitian .....	42
3.7 Teknik Analisis Data .....	44
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Karakteristik Informan.....	47
4.2 Hasil Penelitian Wawancara .....	52
4.2.1 Perencanaan Strategi .....	52
4.2.2 Implementasi Strategi.....	64
4.2.3 Evaluasi Strategi .....	84
4.3 Hasil Penelitian Observasi .....	109
4.4 Pembahasan.....	111
4.4.1 Perencanaan Strategi <i>Branding</i> Bober Café sebagai Ruang Komunitas .....	111
4.4.2 Implementasi Strategi <i>Branding</i> Bober Café sebagai Ruang Komunitas.....	121
4.4.3 Evaluasi Strategi <i>Branding</i> Bober Café sebagai Ruang Komunitas .....	137
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	151
5.1 Kesimpulan .....	151
5.2 Saran .....	153
DAFTAR PUSTAKA .....	154
LAMPIRAN .....	1