

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK .....	iv
Kata Kunci : <i>Brand Image, Strategi Branding, Media Sosial</i> .....	iv
ABSTRACT .....	v
Keywords : Brand Image, Branding Strategy, Social Media .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Fokus Penelitian .....	10
1.3    Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4    Tujuan Penelitian.....	10
1.5    Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.6    Waktu dan Lokasi Penelitian .....	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1    Teori.....	13
2.1.1    Strategi .....	13
2.1.2    Branding .....	13
2.1.3    Strategi Branding.....	15
2.1.4    Media Sosial Instagram .....	16
2.2    Penelitian Terdahulu .....	20
2.3    Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III .....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1    Paradigma Penelitian .....	33
3.2    Metode Penelitian.....	34
3.3    Subjek dan Objek Penelitian .....	34

3.3.1	Subjek Penelitian.....	34
3.3.2	Objek Penelitian .....	35
3.4	Lokasi Penelitian.....	35
3.5	Unit Analisis Penelitian.....	35
3.6	Informan Penelitian.....	36
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7.1	Wawancara.....	37
3.7.2	Observasi.....	37
3.7.3	Dokumentasi .....	38
3.8	Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1	Reduksi Data.....	38
3.8.2	Penyajian Data.....	39
3.9	Teknik Keabsahaan Data.....	39
BAB IV	.....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Karakteristik Informan.....	40
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Upaya Strategi Branding UMKM Calceamenta Karawang Melalui Instagram	43
4.3	Pembahasan.....	45
4.3.1	Brand Positioning .....	46
4.3.2	Brand Identity.....	47
4.3.3	Brand Personality .....	48
BAB V	.....	49
KESIMPULAN DAN SARAN.....		49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran .....	49
5.2.1	Saran Akademis.....	49
5.2.2	Saran Praktis.....	49
DAFTAR PUSTAKA	.....	51
LAMPIRAN	.....	53