

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Pertanyaan Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
1.6 Waktu Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Branding.....	9
2.1.2 Strategi Brand	10
2.1.3 Corporate Branding.....	10
2.1.4 Platform Tiktok.....	12
2.1.5 Konten Kreator	13
2.1.6 Produk Lokal.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Subjek dan Objek	25
3.3.1 Subjek Penelitian	25
3.3.2 Objek Penelitian.....	25
3.4 Lokasi	25
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	26

3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6.1	Observasi	27
3.6.2	Wawancara.....	27
3.8	Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Karakteristik Informan	30
4.2	Hasil Penelitian.....	33
4.2.1	Strategi Branding DCT Agency.....	33
4.2.2	Upaya DCT Agency dalam Membangun Branding.....	35
4.2.3	Corporate Branding.....	38
4.3	Pembahasan	38
4.3.1	Branding DCT Agency dalam Membangun Citra melalui Konten Produk Lokal di Tiktok	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran	58
5.2.1	Saran Akademis	58
5.2.2	Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN.....		62