

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Public Relations	8
2.1.2 Strategi	9
2.1.3 Branding.....	10
2.1.4 Strategi Branding	11
2.1.5 Instagram Dugg Coffee	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.3.1 Subjek Penelitian.....	37
3.3.2 Objek Penelitian	38

3.4 Unit Analisis Penelitian.....	38
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Observasi.....	39
3.5.2 Wawancara.....	40
3.5.3 Dokumentasi.....	40
3.6 Metode Analisis dan Keabsahan Data.....	40
3.6.1 Metode Analisis Data.....	40
3.6.2 Metode Keabsahan data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Data Informan.....	43
4.2 Profile Perusahaan.....	45
4.3 Hasil Penelitian.....	47
4.3.1 Upaya Strategi Branding Dugg Coffee Melalui Instagram.....	47
4.4 Pembahasan.....	54
4.4.1 Brand Positioning.....	55
4.4.2 Brand Personality.....	56
4.4.3 Brand Identity.....	58
4.4.4 Brand Communication.....	59
4.5 Model Gabungan.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Akademis.....	63
5.2.2 Saran Praktisi.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	68