

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Komunikasi.....	12
2.1.2 Strategi Branding	14
2.1.3 Brand Image (Citra Merek).....	17
2.1.4 Eco-Friendly Fashion.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.2.1 Penelitian Nasional	20
2.2.2 Penelitian Internasional.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30

3.1 Metode Penelitian	30
3.2 Paradigma Penelitian	31
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	31
3.3.1 Subjek Penelitian.....	31
3.3.2 Objek Penelitian.....	31
3.4 Informan Penelitian.....	32
3.4.1 Informan Ahli.....	32
3.4.2 Informan Kunci.....	32
3.4.3 Informan Pendukung.....	33
3.5 Unit Analisis Penelitian	34
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6.1 Data Primer	35
3.6.1 Data Sekunder	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 <i>Brand Positioning</i>	38
4.1.2 <i>Brand Identity</i>	47
4.1.3 <i>Brand Personality</i>	52
4.1.4 <i>Brand Communication</i>	57
4.2 Hasil Temuan Lapangan	67
4.3 Pembahasan Penelitian.....	68
4.3.1 <i>Brand Positioning</i>	69
4.3.2 <i>Brand Identity</i>	71
4.3.3 <i>Brand Personality</i>	73
4.3.4 <i>Brand Communication</i>	74
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran Akademis	77
5.2.1 Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83