

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Strategi	11
2.1.2 Branding.....	12
2.1.3 Strategi Branding	13
2.1.4 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.5 Ekonomi Kreatif.....	17
2.1.6 Program Teras Indonesia.....	17
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	19

2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Paradigma Penelitian.....	27
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	27
3.3.1 Subjek Penelitian.....	27
3.3.2 Obyek Penelitian	27
3.4 Lokasi Penelitian.....	28
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	28
3.6 Informan Penelitian.....	28
3.6.1 Informan Ahli	29
3.6.2 Informan Kunci	29
3.6.3 Informan Pendukung.....	30
3.7 Metode Pengumpulan Data	30
3.8 Teknik Analisis	31
3.9 Teknik Keabsahan Data Penelitian.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Profil Informan Penelitian.....	33
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Brand Positioning dalam Strategi Branding Event ‘Kreasi Jabar’	34
4.2.2 Brand Identity dalam Strategi Branding Event ‘Kreasi Jabar’	39
4.2.3 Brand Personality dalam Strategi Branding ‘Kreasi Jabar’	45
4.3 Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP	56

5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	62