

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
MOTTO HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Secara Akademis	6
1.4.2 Secara Praktis	7
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Landasan Teoritis	7
1.5.2 Landasan Konseptual	9
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	13
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	13
1.6.3 Metode Penelitian.....	14
1.6.4 Sumber Data.....	15
1.6.5 Penentuan Informan	16
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	17
1.6.7 Teknik Analisis Data	18
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21

2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	21
2.2	Kajian Konseptual.....	27
2.2.1	<i>Branding</i>	27
2.2.2	<i>Corporate Identity</i> dan <i>Corporate Image</i>	31
2.2.3	Media Sosial Sebagai Media <i>Branding</i>	34
2.3	Kajian Teoritis	39
2.3.1	Model VCI	39
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		44
3.1	Gambaran Umum Tuckwoll <i>Cap & Workwear</i>	44
3.1.1	Profil Tuckwoll <i>Cap & Workwear</i>	44
3.1.2	Visi dan Misi Tuckwoll	45
3.1.3	Logo Tuckwoll <i>Cap & Workwear</i>	46
3.1.4	Struktur Tuckwoll <i>Cap & Workwear</i>	47
3.1.5	Profil Informan.....	47
3.2	Hasil Temuan Penelitian.....	48
3.2.1	<i>Strategic Vision</i> Tuckwoll dalam Aktivitas <i>Branding</i> di Instagram	50
3.2.2	<i>Organizational Culture</i> Tuckwoll dalam Aktivitas <i>Branding</i> di Instagram	61
3.2.3	<i>Stakeholder Image</i> Tuckwoll dalam Aktivitas <i>Branding</i> di Instagram	77
3.3	Pembahasan.....	88
3.3.1	<i>Strategic Vision</i> Tuckwoll dalam Aktivitas <i>Branding</i> di Instagram	89
3.3.2	<i>Organizational Culture</i> Tuckwoll dalam Aktivitas <i>Branding</i> di Instagram	97
3.3.3	<i>Stakeholder Image</i> Tuckwoll dalam Aktivitas <i>Branding</i> di Instagram	102
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		112
4.1	Kesimpulan	112
4.2	Saran.....	114
4.2.1	Saran Akademik	114
4.2.2	Secara Praktis	114
DAFTAR PUSTAKA.....		116

LAMPIRAN.....	122
---------------	-----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Rencana Jadwal Penelitian	19
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1: Tabel Informan	48
Tabel 3.2: <i>Strategic Vision</i> Tuckwoll dalam membangun <i>branding</i> pada media sosial instagram @tuckwoll	59
Tabel 3.3: <i>Organizational Culture</i> Tuckwoll dalam membangun <i>branding</i> pada media sosial instagram @tuckwoll	75
Tabel 3.4: <i>Stakeholder Image</i> Tuckwoll dalam membangun <i>branding</i> pada media sosial instagram @tuckwoll	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Logo Tuckwoll	46
Gambar 3.2: Struktur Organisasi.....	47
Gambar 3.3: Konsep konten nuansa vintage.....	52
Gambar 3.4: Tema Konten Sejarah Indonesia.....	56
Gambar 3.5: Berpakaian rapih menggunakan topi Tuckwoll.....	63
Gambar 3.6: Gaya berpakaian <i>style</i> Eropa.....	66
Gambar 3.7: Penggunaan bahasa inggris pada konten instagram	70
Gambar 3.8: Konten <i>showcase</i> detail produk	72
Gambar 3.9: Konten Infografis	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Surat Cek Plagiarisme	122
Lampiran 2 Hasil Turnitin	123
Lampiran 3 SK Penetapan Pembimbing Skripsi	124
Lampiran 4 Lembar Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing 1.....	125
Lampiran 5 Lembar Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing 2.....	126
Lampiran 6 Surat Permohonan Penelitian.....	127
Lampiran 7 Draft Wawancara.....	128
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan Wawancara.....	129
Lampiran 9 Transkrip Wawancara.....	130

