

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Identifikasi Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Brand dan <i>Branding</i>	16
2.1.2 City Branding	19
2.1.3 Konsep Kota Kreatif.....	21
2.1.4 Peran.....	24

2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian	34
3.2.1 Penelitian Kualitatif	34
3.3 Objek dan Subjek Penelitian.....	35
3.3.1 Objek Penelitian	35
3.3.2 Subjek Penelitian	35
3.3.3 Lokasi Penelitian	35
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	36
3.5 Informan Penelitian.....	37
3.5.1 Kriteria Informan.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1 Data Primer	39
3.6.1.1 Wawancara Mendalam (<i>Depth Interview</i>)	39
3.6.1.2 Observasi	40
3.6.2 Data Sekunder	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.8 Teknik Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	43
4.1 Tentang Informan.....	43
4.1.1 Informan Inti	44
4.1.2 Infroman Pendukung	46
4.2 Pendekatan Peneliti Terhadap Informan	48
4.3 Hasil Penelitian	49
4.3.1 Hasil Wawancara.....	49

4.3.2 Hasil Observasi	78
4.4 Pembahasan	81
4.4.1 Peran Bandung <i>Creative Hub</i> Dalam Membentuk <i>City Branding</i> Kota Bandung Sebagai Kota Kreatif	81
 BAB IV PENUTUP	 94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99