

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Dramatisme	10
2.1.2 Konstruktivisme	13
2.1.3 The Associative Network Memory Model.....	15
2.1.4 Brand Positioning.....	16
2.2 Literatur Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.1.3 Alat Analisis.....	30
3.1.4 Lokasi Penelitian	31
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.2.1 Jenis Data.....	31

3.2.2 Strategi & Prosedur Pengumpulan Data	32
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	36
3.3.1 Analisis Data	36
3.3.2 Teknik Keabsahan Data	38
BAB 1V	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Karakteristik Informan.....	39
4.2. Profil Geoff Max	42
4.3. Hasil Penelitian.....	44
4.3.1. Strategi <i>Branding</i> Geoff Max dengan Pengelolaan Karakter	44
4.3.2. Pembangunan Karakter Geoff Max Melalui Kolaborasi	57
4.4. Pembahasan.....	65
4.4.1. Strategi <i>Branding</i> Geoff Max dengan Pengelolaan Karakter	65
4.4.2. Pembangunan Karakter Geoff Max Melalui Kolaborasi	69
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2. Saran	74
5.2.1 Saran Teoritis	74
5.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80