

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	II
KATA PENGANTAR	IV
Abstrak	VIII
Abstract	XII
BAB I	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang Penelitian	13
1.2 Tujuan Penelitian	17
1.3 Pertanyaan Penelitian	17
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	18
1.5 Waktu Penelitian	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Kajian Teoritis	19
2.1.1 Teori Fenomenologi.....	19
2.1.2 Teori Interaksi Simbolik	20
2.2 Kajian Konseptual	21
2.2.1 Kampanye	21
2.2.2 Brand	21
2.2.3 Emotional Branding	22
2.2.4 Customer Experience	24
2.2.5 <i>NGO (Non-Government Organisation)</i>	25
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Metode Penelitian	36
3.1.1 Paradigma Penelitian	36
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	37
3.1.3 Alat Analisis	37
3.1.4 Lokasi Penelitian.....	38
3.2 Metode Pengumpulan Data	38
3.2.1 Jenis Data.....	38
3.2.2 Strategi & Prosedur Pengumpulan Data	39
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	41
3.3.1 Analisis Data.....	41
3.3.3 Teknik Keabsahan Data	42

<i>BAB IV</i>	44
<i>PEMBAHASAN</i>	44
4.1 Data Informan	44
4.3 Profil YCAB Foundation	47
4.3 Hasil Penelitian	48
4.3.1 Because Motive.....	49
4.3.2 In Order To Motive.....	54
4.4 Pembahasan	60
4.4.1 Because Motive Hero4Edu	60
4.4.2 In Order To Motive Hero4Edu	62
Model Emotional Branding dalam Konstruksi Makna Hero4Edu.....	66
<i>BAB V</i>	68
<i>PENUTUP</i>	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran Teoritis	69
5.2.2 Saran Praktis	69