

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.4.1 Pertanyaan Utama (<i>Main Question</i>).....	9
1.4.2 Sub Pertanyaan (<i>Sub-Question</i>)	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.6 Signifikasi Penelitian	10
1.6.2 Manfaat Teoretis	10
1.6.3 Manfaat Praktis	10
1.7 Struktur Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Gastrodiplomasi	12
2.1.2 <i>Nation Branding</i>	14

2.1.3	<i>Assosiative Network Memory Model</i>	15
2.1.4	Teori <i>Brand Awareness</i>	17
2.1.5	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	19
2.1.6	Rendang	21
2.2	Literatur Ilmiah Terdahulu	24
2.3	Kerangka Teoritis	67
BAB III METODE PENELITIAN		69
3.1	Landasan Filosofis	69
3.2	Subjek Penelitian	69
3.2.1	Informan Penelitian	70
3.3	Objek Penelitian	72
3.4	Metode Penelitian	72
3.5	Desain Penelitian	73
3.5.1	Prosedur Penelitian	73
3.6	Data Penelitian	75
3.6.1	Pengumpulan Data	75
3.6.2	Analisis Data	76
3.7	Metode Penjagaan Keabsahan Data	78
BAB IV HASIL PENELITIAN		79
4.1	Hasil Penelitian	79
4.1.1	Hasil Observasi	79
4.1.2	Upaya Pelaku UMKM Kuliner Rendang dalam Membangun Pemahaman Rendang sebagai Gastronomi Indonesia melalui Media Sosial	81
4.1.3	Perumusan Konten Gastronomi Rendang Melalui Pendekatan Budaya	111
4.1.4	Upaya Pelaku UMKM Kuliner Rendang Membangun Kepercayaan Konsumen melalui Partisipasi dalam Festival Kuliner Internasional	119
4.2	Pembahasan	136
4.2.1	Upaya Pelaku UMKM Kuliner Rendang dalam Membangun Pemahaman Rendang sebagai Gastronomi Indonesia melalui Media Sosial	137

4.2.2 Perumusan Konten Gastronomi Rendang Melalui Pendekatan Budaya	144
4.2.3 Upaya Pelaku UMKM Kuliner Rendang Membangun Kepercayaan Konsumen melalui Partisipasi dalam Festival Kuliner Internasional	146
BAB V.....	151
PENUTUP.....	151
5.1 Kesimpulan	151
5.1.1 Upaya Pelaku UMKM Kuliner Rendang dalam Membangun Pemahaman Rendang sebagai Gastronomi Indonesia melalui Media Sosial	151
5.1.2 Perumusan Konten Gastronomi Rendang melalui Pendekatan Budaya	151
5.1.3 Upaya Pelaku UMKM Kuliner Rendang Membangun Kepercayaan Konsumen melalui Partisipasi dalam Festival Kuliner Internasional	152
5.2 Kontribusi dan Keterbatasan Penelitian	152
5.3 Saran.....	153
5.3.1 Saran Teoretis.....	153
5.3.2 Saran Praktis.....	153
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN.....	162