DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... . **i**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA..... **ii**

PERSETUJUAN PEMBIMBING..... **iii**

PENGESAHAN TIM PENGUJI..... **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

ABSTRAK..... **viii**

DAFTAR ISI..... **ix**

DAFTAR BAGAN..... **xii**

DAFTAR GAMBAR..... **xiii**

BAB I : PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 6
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 7
F. Definisi Konsep 10
G. Kerangka Pikir Penelitian 12
H. Metode Penelitian 13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 13
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 14
3. Jenis dan Sumber Data 17
4. Tahap-tahap Penelitian 18
5. Teknik Pengumpulan Data 19
6. Teknik Analisis Data 21
I. Sistematika Pembahasan 23

BAB II : KAJIAN TEORITIS 24

1. Kajian Pustaka 24
1. Public Relations 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Brand Image* 28
3. Strategi Komunikasi 38
2. Kajian Teori 47
Teori Brand Communication 47

BAB III : PAPARAN DATA PENELITIAN 50

A. Profil UKM Gadhe 50
1. Deskripsi Subyek Penelitian 51
B. Deskripsi Data Penelitian 54
1. Strategi Komunikasi UKM Gadhe dalam Membangun *brand image* 54
2. Faktor yang menentukan UKM Gadhe sebagai *brand image* Kabupaten Tulungagung 67

BAB IV : INTERPRETASI HASIL PENELITIAN 75
A. Analisis Data 75
1. Strategi UKM Gadhe dalam Membangun *brand image* 75
a) UKM Gadhe Melakukan Survey dalam Perencanaan Usaha 75
b) Mengusung Tema yang Unik sebagai Kelebihan UKM Gadhe 77
c) UKM Gadhe Menyisipkan Informasi yang edukatif dan informatif 78
d) Media Komunikasi UKM Gadhe Melalui Media Massa, Media *Online* dan Pameran 80
2. Faktor yang menentukan UKM Gadhe sebagai *brand image* Kabupaten Tulungagung 83
a) Desain Gadhe yang Mempunyai Karakter Khas Kabupaten Tulungagung 83
b) UKM Gadhe Mempunyai Keunggulan Dibandingkan Kompetitor Lainnya 84
c) Gadhe Sebagai Identitas Kabupaten Tulungagung 84
d) Respon Positif dari Konsumen Gadhe 85
B. Konfirmasi Dengan Teori 85

BAB V: PENUTUP 90
A. Simpulan 90
B. Rekomendasi 95

DAFTAR PUSTAKA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Transkrip Wawancara

Lampiran – lampiran

Biodata Penulis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id