

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
RINGKESAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	11
2.1.2 Kerangka Konseptual.....	19
2.1.2.1 <i>Brand</i> .....	19
2.1.2.1.1 Pengertian <i>Brand</i> .....	19
2.1.2.1.2 Tujuan <i>Brand</i> .....	20
2.1.2.2 <i>Activation</i> .....	22
2.1.2.2.1 Pengertian <i>Activation</i> .....	22
2.1.2.2.2 Tujuan <i>Activation</i> .....	22
2.1.2.3 <i>Brand Activation</i> .....	23
2.1.2.3.1 Pengertian <i>Brand Activation</i> .....	23

2.1.2.3.2 Bentuk – Bentuk <i>Brand Activation</i> .....	24
2.1.2.4 <i>Pop-Up Market</i> .....	25
2.1.2.4.1 Pengertian <i>Pop-Up Market</i> .....	25
2.1.2.4.2 Tujuan <i>Pop-Up Market</i> .....	25
2.1.2.5 <i>Komunikasi Korporat</i> .....	26
2.1.2.5.1 Pengertian <i>Komunikasi Korporat</i> .....	26
2.1.2.5.2 Fungsi <i>Komunikasi Korporat</i> .....	27
2.1.3 Kerangka Teoritis.....	27
2.1.3.1 Teori <i>Strategic Corporate Communication</i> .....	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
<b>BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Subjek Penelitian.....	37
3.2 Objek Penelitian .....	39
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian .....	43
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	44
3.3.3 Rancangan Analisis Data .....	46
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	48
3.3.5 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan Dengan Subjek Penelitian.....	50
3.4 Lokasi Penelitian .....	51
3.5 Jadwal Penelitian .....	51
<b>BAB IV</b> .....	53
<b>ANALISIS HASIL DAN PEMABAHASAN</b> .....	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Analisis Hasil .....	55
4.1.1.1 <i>Corporate Identity</i> pada <i>Brand Activation Meet The Peers</i> .....	56
4.1.1.2 <i>Strategic Positioning</i> pada <i>Brand Activation Meet The Peers</i> ...	71
4.1.1.3 <i>Corporate Reputation</i> pada <i>Brand Activation Meet The Peers</i> .	85
4.2 Pembahasan Penelitian.....	99

4.2.1 Pembahasan <i>Corporate Identity</i> pada <i>Brand Activation Meet The Peers</i> melalui <i>pop-up market</i> .....	102
4.2.2 Pembahasan <i>Strategic Positioning</i> pada <i>Brand Activation Meet The Peers</i> melalui <i>Pop-Up Market</i> .....	106
4.2.3 Pembahasan <i>Corporate Reputation</i> pada <i>Brand Activation</i> .....	112
<b>BAB V</b> .....	<b>116</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>116</b>
5.1 Kesimpulan .....	116
5.2 Saran .....	119
5.2.1. Saran Praktis .....	119
5.2.2 Saran Akademis.....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>125</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 2. 2 Alur Bagan Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 3 1 Data Informan.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 3 2 Jadwal Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 1 Tabulasi Corporate Identity Coffee Shop Meet The Peers .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4. 2 Strategic Positioning Coffee Shop Meet The Peers.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4. 3 Tabulasi Corporate Reputation Coffee Shop Meet The Peers.....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Akun Instagram Meet The Peers.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2.1 Strategic Corporate Communication .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 3.1 Poster Brand Activation "Swade Pop-Up Display" di Meet The Peers .....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 4. 1 Suasana Ruang Meet The Peers Yang Mendukung Interaksi Sosial.....</b>	<b>103</b>
<b>Gambar 4. 2 Aktivitas Pop-Up Market Meet The Peers (Chasing Dreams)</b>	<b>108</b>
<b>Gambar 4. 3 Suasana Pop-Up Market Tenant Perfume (Sometimes) .....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Riwayat Hidup .....</b>	<b>125</b>
<b>Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan Kunci.....</b>	<b>126</b>
<b>Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Inti .....</b>	<b>129</b>
<b>Lampiran 4 Transkrip Wawancara Pelanggan Tetap .....</b>	<b>133</b>
<b>Lampiran 5 Transkrip Wawancara Pelanggan Baru .....</b>	<b>137</b>
<b>Lampiran 6 Transkrip Wawancara Akademisi.....</b>	<b>141</b>
<b>Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Informan .....</b>	<b>144</b>
<b>Lampiran 8 Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi .....</b>	<b>147</b>