

DAFTAR ISI

PENGESAHAN PANITIA SIDANG TESIS	II
PERNYATAAN.....	III
MOTO	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
ABSTRAK	X
ABSTRACT	XI
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	VII
DAFTAR TABEL	VIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Konseptualisasi Tentang Branding	11
2.1.2 Brand Activation.....	12
2.2 Positioning.....	19
2.2.1 Strategi Positioning.....	21
2.2.2 Tahapan Positioning	22
2.3 Diferensiasi.....	23
2.3.1 Strategi Diferensiasi.....	23
2.3.2 Tahapan Diferensiasi	25
2.4 Segmenting.....	26
2.5 Targeting	27
2.6 Landasan Teori: Teori Komunikasi Efektif.....	28
2.7 Penelitian Terdahulu.....	30
2.8 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	36

Lampiran	124
-----------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi Liber.co.....	54
Gambar 4. 2	Suasana Public Space Roastery Liber.co.....	61
Gambar 4. 3	Konten Liber.co dalam kegiatan memperingati hari Pancasila	77
Gambar 4. 4	Konten Liber.co dalam kegiatan fun brewing	78
Gambar 4. 5	Konten Liber.co dalam kegiatan belajar roasting	79
Gambar 4. 6	Ulasan pengunjung Liber.co	86
Gambar 4. 7	Model Temuan.....	100
Gambar 4. 8	Rumusan Model Yang Diusulkan Peneliti	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Daftar Narasumber	40
Tabel 4. 1 Positioning brand Liber.co, Platypus Roastery, dan Segitiga Roastery	60
Tabel 4. 2 Diferensiasi Liber.co, Platypus Roastery, dan Segitiga Roastery	67
Tabel 4. 3 Brand Activation Liberco, Platypus Roastery dan Segitiga Roastery.	91
Tabel 4. 4 Kekurangan Model Temuan	101