

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kajian Pustaka.....	6
1.6 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6.1 <i>Brand Identity</i>	9
1.6.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	18
1.6.3 <i>Brand Equity</i>	22
1.7 Kerangka Konsep	25
1.8 Metode Penelitian.....	26
1.8.1 Jenis Penelitian	26
1.8.2 Lokasi dan Durasi Penelitian	28
1.8.3 Objek dan Subjek Penelitian	29
1.8.4 Informan Kunci	29
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	29
1.8.6 Teknik Keabsahan Data	31
1.8.7 Teknik Analisis Data	31
1.8.8 Batasan Penelitian	32
BAB II KOMPONEN <i>BRAND IDENTITY</i> DAN <i>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION</i> DALAM MEMBANGUN <i>BRAND EQUITY</i>	33

2.1 Memahami Konsep <i>Brand Identity</i>	33
2.2 Memahami <i>Integrated Marketing Communication</i>	36
2.3 Peran <i>Brand Identity</i> dan IMC dalam Membangun <i>Brand Equity</i>	39
BAB III MENGENAL UMKM NILUH DJELANTIK	42
3.1 Sejarah Singkat UMKM Niluh Djelantik	42
3.2 Produk	44
3.3 Visi, Misi, dan Strategi Niluh Djelantik	45
3.4 Struktur Organisasi	46
BAB IV PENGELOLAAN EMPAT KOMPONEN <i>BRAND IDENTITY</i> DAN LIMA KARAKTERISTIK IMC DALAM MEMBANGUN <i>BRAND EQUITY</i> UMKM NILUH DJELANTIK DI MASA PANDEMI COVID-19	47
4.1 Keberhasilan Membangun <i>Brand Equity</i>	47
4.1.1 Brand Identity	48
4.1.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	73
4.2 Analisis dan Pembahasan	112
4.2.1 <i>Brand Identity</i>	113
4.2.3 <i>Integrated Marketing Communication</i>	124
4.2.3 <i>Brand Equity</i>	140
BAB V PENUTUP	142
5.1 Kesimpulan	142
5.2 Saran	148
5.3 Rekomendasi	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN	155

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dimensi dalam Mengukur <i>Brand Personality</i>	16
Gambar 1.2 Kerangka Konsep	26
Gambar 3.1 Logo Niluh Djelantik	42
Gambar 3.2 Produk Niluh Djelantik	45
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Niluh Djelantik.....	46
Gambar 4.1 Model Sepatu Pedro	51
Gambar 4.2 Model Alas Kaki Daria.....	52
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Upaya Pengelolaan <i>Personality</i> di Masa Pandemi COVID-19....	53
Gambar 4.4 Ruangan di Atelier Niluh Djelantik.....	58
Gambar 4.5 Tangkapan Layar Upaya dalam Menggaungkan dan Memperkuat Visi Niluh Djelantik.....	61
Gambar 4.6 <i>Tagline</i> yang Digunakan pada Sosial Media dan Kartu Ucapan Terima Kasih	67
Gambar 4.7 <i>Founder</i> Niluh Djelantik Sedang Berkomunikasi dengan <i>Customernya</i>	72
Gambar 4.8 Tangkapan Layar Upaya dalam Membangun Hubungan di Masa Pandemi COVID-19	73
Gambar 4.9 Sinopsis Instagram dan Facebook @niluhdjelantikshoes	77
Gambar 4.10 Audiens Facebook dan Instagram @niluhdjelantikshoes Secara Geografis	78
Gambar 4.11 Data Sebaran Audiens Facebook dan Instagram @niluhdjelantikshoes Secara Geografis	79
Gambar 4.12 Unggahan Facebook yang Bertujuan untuk Mempersuasi.....	83
Gambar 4.13 Unggahan Facebook yang Bertujuan untuk Memberikan Informasi.....	83
Gambar 4.14 Unggahan Cerita Instagram yang Bertujuan untuk Mengedukasi.....	84
Gambar 4.15 <i>Highlight</i> Instagram Testimoni <i>Customer</i>	85
Gambar 4.16 Tangkapan Layar <i>Caption</i> Sosial Media @niluhdjelantikshoes	88
Gambar 4.17 Tangkapan Layar Niluh Djelantik Memanfaatkan Fitur pada akun Instagram @niluhdjelantikshoes	91
Gambar 4.18 Tangkapan Layar Cerita Facebook Niluh Djelantik Shoes	92
Gambar 4.19 Tangkapan Layar <i>Advertising</i> Niluh Djelantik	96
Gambar 4.20 Promosi Penjualan yang Dilakukan Niluh Djelantik	98
Gambar 4.21 Kegiatan <i>Personal Selling</i> Niluh Djelantik	100
Gambar 4.22 <i>Direct Marketing</i> Niluh Djelantik	101

Gambar 4.23 Kegiatan <i>Public Relations</i> Niluh Djelantik	103
Gambar 4.24 Pemberian Masker Kepada Ojek <i>Online</i>	103
Gambar 4.25 <i>Soft Selling</i> oleh Niluh Djelantik	104
Gambar 4.26 Ulasan Konsumen Niluh Djelantik di Salah Satu <i>E-commerce</i>	106
Gambar 4.27 <i>Konten Interaktif</i> Niluh Djelantik.....	107
Gambar 4.28 <i>Insight</i> Instagram Niluh Djelantik (@niluhdjelantikberawa).....	110
Gambar 4.29 Grafik Penjualan Niluh Djelantik Tahun 2020-2021	112