

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.4.1. Kegunaan Teoritis	5
1.4.2. Kegunaan Praktis	5
1.5. Landasan Pemikiran	6
1.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya	6
1.5.2. Landasan Teoritis	14
1.5.3. Kerangka Konseptual	15
1.6. Langkah-Langkah Penelitian	20
1.6.1. Lokasi Penelitian	20
1.6.2. Paradigma dan Pendekatan	20

1.6.3. Metode Penelitian	21
1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data	21
1.6.5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian	22
1.6.7. Teknik Analisis Data	25
1.6.8. Teknik Penentuan Keabsahan Data	26
1.6.9. Jadwal Penelitian	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA	29
2.1. Kajian Konseptual	29
2.1.1. <i>Brand dan Branding</i>	29
2.1.2. Elemen <i>Brand</i>	30
2.1.3. <i>Brand Equity</i>	32
2.1.4. <i>Brand Performance</i>	34
2.1.5. <i>Brand Positioning</i>	35
2.1.6. <i>Public Relations</i>	36
2.1.7. <i>Strategy</i>	37
2.1.8. <i>Strategic Brand Management Process</i>	39
2.2. Kajian Teoritis	45
2.2.1. <i>Social Construction of Reality</i> (Teori Konstruksi Sosial Atas Realita)	45
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
3.1. Gambaran Umum Lokasi	46
3.1.1. Sejarah Pesantren Daarut-Tauhiid	46
3.1.2. Visi dan Misi Pesantren Daarut-Tauhiid	49
3.1.3. Struktur Organisasi Pesantren Daarut-Tauhiid	50
3.2. Profil Informan	51

3.3. Hasil Penelitian	51
3.3.1. Penyusunan Perencanaan Pesantren Daarut-Tauhiid dalam Membangun <i>Brandnya</i> melalui Program <i>ECO</i> -Pesantren	52
3.3.2. Strategi Pesantren Daarut-Tauhiid dalam Mengenalkan <i>Brandnya</i> ke Publik Melalui Program <i>ECO</i> -Pesantren	68
3.3.3. Upaya Pesantren Daarut-Tauhiid dalam Membangun <i>Brand</i> <i>ECO</i> -Pesantren melalui Kegiatan MQ Media.....	76
3.4. PEMBAHASAN	83
3.4.1. Penyusunan Perencanaan Pesantren Daarut-Tauhiid dalam Membangun <i>Brandnya</i> melalui Program <i>ECO</i> -Pesantren	84
3.4.2. Strategi Pesantren Daarut-Tauhiid dalam Mengenalkan <i>Brandnya</i> ke Publik melalui Program <i>ECO</i> -Pesantren	96
3.4.3. Upaya Pesantren Daarut-Tauhiid dalam Membangun <i>Brand</i> <i>ECO</i> -Pesantren melalui Kegiatan MQ Media.....	101
BAB IV PENUTUP	108
4.1. Simpulan	108
4.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 1. 2 Tabel Jenis Informan.....	23
Tabel 1. 3 Jadwal Penelitian.....	28
Tabel 3. 1 Data Informan Penelitian	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Yayasan Daarut-Tauhiid	50
Gambar 3. 2 Program Pelestarian Alam Pesantren Daarut-Tauhiid	53
Gambar 3. 3 Kegiatan Sosialisasi Program <i>ECO</i> -Pesantren.....	55
Gambar 3. 4 Logo <i>ECO</i> -Pesantren.....	60
Gambar 3. 5 Masjid <i>ECO</i> -Pesantren.....	63
Gambar 3. 6 Mengenalkan Kegiatan Melestarikan Alam.....	65
Gambar 3. 7 Penyusunan Pesantren Daarut-Tauhiid dalam Membangun <i>Brand</i> <i>ECO</i> -Pesantren (olahan peneliti).....	67
Gambar 3. 8 Kegiatan Kajian di <i>ECO</i> -Pesantren.....	69
Gambar 3. 9 Group Whatsapp.....	72
Gambar 3. 10 Gambar Media Youtube dan Instagram	74
Gambar 3. 11 Kajian MQ Pagi di MQ TV.....	79
Gambar 3. 12 Upaya Pesantren Daarut-Tauhiid dalam membangun <i>brand</i>	82

