

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
<i>RINGKESAN</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	5
1.2.1 Fokus Penelitian	5
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 Kajian Literatur	8
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	8
2.2 Kerangka Konseptual	15
2.2.1 Definisi Humas	15
2.2.2 Strategi.....	20
2.2.3 Strategi Komunikasi	25
2.2.4 Fungsi Strategi Komunikasi	31
2.2.5 Jenis Strategi Komunikasi	32
2.2.6 Konsep Strategi Komunikasi	33
2.2.7 Tahapan-Tahapan Strategi Komunikasi	34
2.2.8 Merek (<i>Brand</i>)	35
2.2.9 Elemen-elemen dalam <i>Brand</i>	38
2.2.10 Unsur-unsur merek (<i>brand</i>).....	40
2.2.11 Kriteria Pemilihan <i>Brand</i>	42

2.2.12 Contoh <i>Brand</i>	43
2.2.13 Peranan dan Kegunaan <i>Brand</i>	45
2.2.14 <i>Image</i> (Citra).....	45
2.2.15 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	46
2.2.16 Elemen <i>Brand Image</i>	49
2.2.17 Komponen <i>Brand Image</i>	51
2.2.18 Manfaat <i>Brand Image</i>	52
2.2.19 Cara Membangun Keunggulan <i>Brand Image</i>	53
2.2.20 Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	54
2.3 Kerangka Teoritis.....	57
2.4 Kerangka Pemikiran.....	61
2.5 Perencanaan.....	62
2.6 Pelaksanaan	62
2.7 Penyampain Program	62
2.8 Evaluasi.....	63
BAB III	66
METODOLOGI PENELITIAN.....	66
3.1 Subjek, Objek, dan Metodologi	66
3.1.1 Subjek Penelitian	66
3.1.2 Objek Penelitian	68
3.1.3 Metodologi Penelitian.....	69
3.1.3.1 Desain/ Paradigma Penelitian	71
3.1.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	72
3.1.3.3 Rancangan Analisis Data	74
3.1.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	75
3.1.4 Membuka Akses dan Menjalini Hubungan Dengan Subjek Penelitian..	76
3.1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	76
BAB IV PEMBAHASAN.....	77
4.1 Pembahasan Penelitian.....	77
4.1.2 Gambaran Umum PT. TASPEN (PERSERO)	79
4.1.3 Visi Misi PT. TASPEN (PERSERO)	80
4.2 Interpretasi Strategi Mengenai <i>Brand Image</i> PT. (TASPEN (PERSERO))....	82

4.3 Hasil Wawancara Penelitian	83
BAB PENUTUP	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Taspen.....	82
Gambar Media yang digunakan PT. TASPEN (PERSERO).....	95
Gambar Sosialisasi PT. TASPEN (PERSERO).....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1 Riview Penelitian	9
Tabel 2.4 Kerangka Pemikiran.....	64
Tabel 3.1.5 Jadwan Penelitian.....	76