

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II Kajian Pustaka	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 <i>Branding</i>	11
2.1.2 <i>Rebranding</i>	12
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Rebranding</i>	13
2.1.4 Strategi <i>Public Relations</i>	15
2.1.5 <i>Public Relations Event</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	32
3.3.1 Objek Penelitian	32
3.3.2 Subjek Penelitian.....	32
3.4 Lokasi Penelitian	33
3.5 Informan Penelitian	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34

3.6.1 Observasi.....	34
3.6.2 Wawancara.....	35
3.6.3 Dokumentasi	36
3.6.4 Triangulasi.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.8 Teknik Keabsahan data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Informan	39
4.2 Profil Perusahaan	41
4.3 Hasil Penelitian	41
4.3.1 Strategi Pelindo Solusi Digital dalam Proses <i>Rebranding</i> di Era Digital.....	41
4.4 Pembahasan.....	54
4.4.1 Strategi Pelindo Solusi Digital dalam Proses <i>Rebranding</i> di Era Digital.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran Akademis	69
5.2.2 Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73