

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
1.6 Waktu Penelitian.....	11
BAB II Tinjauan Pustaka .....	12
2.1 Manajemen Stakeholder dalam Implementasi Program USR .....	12
2.1 Menggunakan USR Untuk Menciptakan Corporate Branding.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
BAB III Metodologi Penelitian.....	31
3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Metode Penelitian .....	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.3.1 Subjek .....	32
3.3.2 Objek.....	32
3.4 Lokasi Penelitian .....	32
3.5 Unit Analisis Penelitian .....	32
3.6 Informan Penelitian .....	36
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	37
3.7.1 Wawancara .....	37
3.7.2 Observasi .....	37
3.7.3 Dokumentasi .....	37
3.8 Teknik Analisis Data .....	38
3.8.1 Reduksi Data.....	38
3.8.2 Data Display .....	38
3.8.3 Conclusion Drawing .....	38
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	39
3.9.1 Triangulasi Sumber.....	39

3.9.2 Triangulasi Teknik.....	39
3.9.3 Triangulasi Waktu .....	39
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	41
4.1 Informan Penelitian .....	41
4.2. Hasil Penelitian .....	45
4.2.1. Integrated Communication.....	47
4.2.2. Corporate Branding.....	68
4.3. Pembahasan.....	79
4.3.1 Model Strategi Manajemen Stakeholder Telkom University.....	81
4.3.2 Corporate Branding Telkom University .....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran .....	94
5.2.1 Saran Teoritis.....	94
5.2.2 Saran Praktis .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN.....	99