

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Hubungan Masyarakat.....	6
2.2 Strategi.....	7
2.3 <i>Branding</i>	9
2.4 <i>Rebranding</i>	9
2.5 Identitas Merek.....	11
2.6 Penelitian Terdahulu.....	13
2.7 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.3.1 Subjek Penelitian	28
3.3.2 Objek Penelitian.....	28
3.4 Unit Analisis Penelitian	28

3.5 Informan Penelitian	29
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.8 Metode Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Data Informan.....	33
4.1.1 Informan Kunci	33
4.1.2 Informan Ahli.....	34
4.2 Profil Perusahaan.....	34
4.3 Hasil Penelitian.....	36
4.3.1 Upaya Strategi Rebranding Perubahan Identitas Merek PosIND.....	36
4.4 Pembahasan	47
4.4.1 <i>Brand Repositioning</i>	47
4.4.2 <i>Brand Renaming</i>	49
4.4.3 <i>Brand Redesign</i>	50
4.4.4 <i>Brand Relaunching</i>	52
4.5 Model Gabungan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	56
5.2.1 Saran Akademis	56
5.2.2 Saran Praktis	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60