

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
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
1.1 Fokus Penelitian	6
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4. 1 Manfaat Teoritis	6
1.4. 2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Konsep dan Teori.....	9
2.1.1 Persepsi Publik.....	9
2.1.1.1 Brand Image	9
2.1.2 Corporate Branding.....	10
2.1.2.1 Rebranding	11
2.1.3 Podcast	12
2.1.3.1 Corporate Podcast	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	39

3.2.1	Subjek Penelitian.....	39
3.2.2	Objek Penelitian.....	39
3.3	Lokasi Peneliitian.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Data Primer.....	40
3.4.2	Data Sekunder.....	40
3.5	Informan Wawancara.....	41
3.6	Metode Analisis Data.....	43
3.7	Metode Keabsahan Data.....	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Informan Penelitian.....	45
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.3	Pembahasan.....	63
BAB V	PENUTUP.....	69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN.....		74