

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR DIAGRAM DAN BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	8
3. Pembatasan Masalah	8
4. Rumusan Masalah	8
5. Tujuan Penelitian	8
6. Manfaat Penelitian	9
A. Manfaat Akademik.....	9
B. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA	
KERANGKA KONSEP	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
1. <i>Public Relations</i>	10
2. Strategi <i>Public Relations</i>	16
3. <i>Brand</i>	21

4. <i>Rebranding</i>	22
2.1. Penelitian Terdahulu	30
2.2. Kerangka Konsep	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.2. Pendekatan Penelitian	39
3.3. Metode Penelitian	40
3.4. Operasional Konsep	41
3.5. Teknik Penentuan Informan	44
3.6. Teknik Pengumpulan Data	45
3.7. Teknik Analisis Data	46
3.8. Uji Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambar Umum Tempat Penelitian	50
B. Hasil Penelitian	55
C. Hasil Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	