

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
RIWAYAT HIDUP .....	xvi
MOTTO HIDUP .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5.1 Landasan Teoritis .....	8
1.5.2 Landasan Konseptual .....	12
1.5.3 Landasan Operasional .....	15
1.6 Langkah-Langkah Penelitian .....	17
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	17
1.6.2 Paradigma Penelitian.....	19

1.6.3 Pendekatan Penelitian .....	20
1.6.4 Metode Penelitian .....	21
1.6.5 Jenis Penelitian.....	22
1.6.6 Subjek Penelitian .....	23
1.6.7 Jenis Data dan Sumber Data .....	24
1.6.8 Teknik Pengumpulan Data .....	26
1.6.9 Teknik Analisis Data .....	29
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>33</b>
2.1 Pembentukan <i>Corporate Branding</i> .....	33
2.2 Kajian Penelitian Relevan.....	39
2.3 Status, Posisi dan Kontribusi Penelitian.....	50
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
3.1 Gambaran Umum Lembaga ZISWAF CTARSA .....	54
3.1.1 Sejarah Lembaga ZISWAF CTARSA.....	55
3.1.2 Visi dan Misi Lembaga ZISWAF CTARSA .....	56
3.1.3 <i>Tagline</i> Lembaga ZISWAF CTARSA.....	57
3.1.4 Logo Lembaga ZISWAF CTARSA .....	58
3.1.5 Tujuan Lembaga ZISWAF CTARSA.....	58
3.1.6 Prinsip Program ZISWAF CTARSA.....	59
3.1.7 Struktur Lembaga ZISWAF CTARSA.....	61
3.2 Profil Informan.....	62
3.3 Hasil Penelitian .....	63
3.3.1 Tahapan <i>Vision</i> ZISWAF CTARSA CTARSA dalam Upaya Pembentukan <i>Corporate Branding</i> .....	63

3.3.2 Tahapan <i>Culture</i> yang ditekankan ZISWAF CTARSA dalam Upaya Pembentukan <i>Corporate Branding</i> .....	76
3.3.3 Tahapan <i>Image</i> oleh ZISWAF CTARSA dalam Upaya Pembentukan <i>Corporate Branding</i> .....	89
3.4 Pembahasan.....	97
3.4.1 Tahapan <i>Vision</i> ZISWAF CTARSA CTARSA dalam Upaya Pembentukan <i>Corporate Branding</i> .....	97
3.4.2 Tahapan <i>Culture</i> yang ditekankan ZISWAF CTARSA dalam Upaya Pembentukan <i>Corporate Branding</i> .....	101
3.4.3 Tahapan <i>Image</i> oleh ZISWAF CTARSA dalam Upaya Pembentukan <i>Corporate Branding</i> .....	106
BAB IV SIMPULAN.....	112
4.1 Simpulan .....	112
4.2 Saran .....	112
4.2.1 Saran Akademik dan Penelitian Selanjutnya .....	112
4.2.2 Saran Praktisi Hubungan Masyarakat.....	113
4.2.2 Saran untuk Masyarakat.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	120