

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO HIDUP	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Landasan Teoritis	9
1.6 Landasan Konseptual	14
1.7 Langkah – Langkah Penelitian	18
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	18
1.7.2 Pendekatan	18
1.7.3 Metode Penelitian.....	19
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data	20
1.7.5 Teknik Penentuan Informan.....	23
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
1.7.7 Teknik Analisis Data.....	27

1.7.8	Rencana Jadwal Penelitian	28
BAB II		30
KAJIAN PUSTAKA		30
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.2	<i>School Branding</i>	33
2.2.1	Pengertian <i>School Branding</i>	33
2.2.2	Fungsi <i>School Branding</i>	34
2.2.3	Ruang Lingkup <i>School Branding</i>	36
2.3	Konsep <i>Brand Positioning</i>	37
2.3.1	<i>Brand Identity</i>	37
2.3.2	Value Proposition	38
2.3.3	<i>Target Audience</i>	38
2.3.4	<i>Active Communication</i>	39
2.3.5	<i>Competitive Advantage</i>	40
BAB III		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
3.1	Gambaran Umum SMA Telkom Bandung	41
3.1.1	Profil SMA Telkom Bandung	41
3.1.2	Visi dan Misi SMA Telkom Bandung	42
3.1.3	Struktur Organisasi SMA Telkom Bandung	42
3.2	Profil Informan	43
3.3	Hasil Penelitian	44
3.3.1	Penerapan <i>Brand Identity</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	46
3.3.2	Penerapan <i>Value Proposition</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	52
3.3.3	Penerapan <i>Target Audience</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	61
3.3.4	Penerapan <i>Active Communication</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	65
3.3.5	Penerapan <i>Competitive Advantage</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	75
3.4	Pembahasan Penelitian	80
3.4.1	<i>Brand Identity</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	81
3.4.2	<i>Value Proposition</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	86
3.4.3	<i>Target Audience</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	93
3.4.4	<i>Active Communication</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	97

3.4.5 <i>Competitive Advantage</i> dalam strategi <i>School Branding</i>	104
3.4.6 Kesimpulan Konsep <i>Brand Positioning</i>	109
BAB IV	112
SIMPULAN DAN SARAN	112
4.1 Simpulan.....	112
4.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	117

