

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
MOTTO HIDUP.....	xix
RIWAYAT HIDUP.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Secara Akademis	7
1.4.2 Secara Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.5.1 Landasan Teoritis	7
1.5.2 Landasan Konseptual	9
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	10
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	11
1.6.3 Metode Penelitian.....	12
1.6.4 Jenis dan Sumber Data	12
1.6.5 Teknik Penentuan Informan	13
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	14
1.6.7 Teknis Analisis Data.....	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1 Kajian Penelitian yang Relevan.....	19
2.2 Kajian Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Definisi dan Konsep Dasar <i>Impression Management</i>	32
2.2.2 Evolusi Teori <i>Impression Management</i>	33
2.2.3 Tipologi Strategi <i>Impression Management</i> menurut Jones & Pittman.....	34
2.3 Kajian Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Definisi dan Konsep Dasar <i>Brand Image</i>	42
2.3.2 Fungsi <i>Brand Image</i>	42
2.3.3 Unsur-unsur dalam <i>Brand Image</i>	44
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
3.1.1 Sejarah dan Profil Indibiz PT Telkom Indonesia	46
3.1.2. Tagline Indibiz PT Telkom Indonesia.....	47
3.1.3. Visi dan Misi Indibiz PT Telkom Indonesia.....	47
3.1.4. Logo Indibiz PT Telkom Indonesia.....	48
3.1.5. Struktur Organisasi Indibiz PT Telkom Indonesia.....	48
3.1.6. Profil Informan	49
3.2. Hasil Penelitian	53
3.2.1. <i>Strategi Ingratiation</i> Indibiz Jawa Barat dalam Membangun <i>Brand Image</i>	53
3.2.2. <i>Strategi Self-Promotion</i> Indibiz Jawa Barat dalam Membangun <i>Brand Image</i>	62
3.2.3. <i>Strategi Supplication</i> Indibiz Jawa Barat dalam Membangun <i>Brand Image</i>	68
3.2.4. Strategi <i>Exemplification</i> Indibiz Jawa Barat dalam Membangun <i>Brand Image</i>	72
3.2.4. Strategi <i>Intimidation</i> Indibiz Jawa Barat dalam Membangun <i>Brand Image</i>	77
3.3. Pembahasan.....	84
3.3.2 Strategi <i>Ingratiation</i> yang Dilakukan PT Telkom Indonesia dalam Membangun <i>Brand Image</i> Indibiz Jawa Barat.....	85
3.3.2 Strategi <i>Self-Promotion</i> yang Dilakukan PT Telkom Indonesia	

dalam Membangun <i>Brand Image</i> Indibiz Jawa Barat.....	93
3.3.3 Strategi <i>Supplication</i> yang Dilakukan PT Telkom Indonesia dalam	
dalam Membangun <i>Brand Image</i> Indibiz Jawa Barat.....	99
3.3.4 Strategi <i>Exemplification</i> yang Dilakukan PT Telkom Indonesia dalam	
dalam Membangun <i>Brand Image</i> Indibiz Jawa Barat.....	103
3.3.5 Strategi <i>Intimidation</i> yang Dilakukan PT Telkom Indonesia dalam	
dalam Membangun <i>Brand Image</i> Indibiz Jawa Barat.....	108
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	115
4.1 Simpulan.....	115
4.2. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	124

