

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
MOTTO HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Landasan Pemikiran	8
1.5.1 Landasan Teoritis (Konsep <i>Corporate Rebranding Process Framework</i> dari Ahonen 2008)	8
1.5.2 Landasan Konseptual.....	11
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	12
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan.....	12
1.6.3 Metode Penelitian	14

1.6.4	Jenis Data dan Sumber Data	14
1.6.5	Teknik Pemilihan Informan.....	16
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data	18
1.6.7	Teknik Analisis Data.....	19
1.6.8	Rencana Jadwal Penelitian	22
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	24
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.2	Kajian Konseptual	35
2.2.1	<i>Rebranding</i>	35
2.2.2	Humas Korporat	42
2.3	Kajian Teoritis.....	46
2.3.1	Konsep <i>Corporate Rebranding Process Framework</i> Mari Ahonen 2008 .	46
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
3.1.1	Profil PT Pindad.....	55
3.1.2	Visi dan Misi.....	57
3.1.3	Logo PT Pindad	58
3.1.4	Struktur Organisasi PT Pindad	59
3.2	Profil Informan	60
3.3	Hasil Temuan Penelitian.....	62
3.3.1	<i>Analyzing</i>	63
3.3.2	<i>Planning</i>	75
3.3.3	<i>Implementation</i>	90
3.3.4	<i>Evaluation</i>	104
3.4	Hasil Pembahasan Penelitian	112
3.4.1	<i>Analyzing</i>	113
3.4.2	<i>Planning</i>	121
3.4.3	<i>Implementation</i>	129
3.4.4	<i>Evaluation</i>	133
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	141

4.1 Simpulan	141
4.2 Saran	143
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN	149

