

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
MOTTO HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
1.4.1. Kegunaan Teoritis	6
1.4.2. Kegunaan Praktis	6
1.5. Landasan Pemikiran	7
1.5.1. Penelitian Terdahulu	7
1.6. Landasan Teoritis	13
1.6.1. Konsep Four Steps Public Relations	13
1.7. Kerangka Konseptual	17
1.7.1 Branding	17
1.7.2. Product Identity	17
1.7.3. Implementasi	18
1.8. Langkah-langkah Penelitian	19

1.8.1 Lokasi Penelitian.....	19
1.8.2. Pendekatan Penelitian	19
1.8.3. Metode Penelitian	20
1.9. Jenis Data dan Sumber Data	20
1.9.1. Jenis Data.....	20
1.9.2. Sumber Data	20
1.9.3. Teknik Penentuan Informan	21
1.10. Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.10.1. Observasi	21
1.10.2. Wawancara	22
1.11. Teknik Penentuan Keabsahan Data	22
1.12. Teknik Analisis Data	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
2.1. <i>Four Steps Public Relations</i>	27
2.2. <i>Branding</i>	36
2.3. <i>Product Identity</i>	42
2.4. <i>Tagline</i>	44
2.5. Implementasi	46
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
3.1. Gambaran Lokasi Atau Objek.....	48
3.1.1. Sejarah PT Gudang Garam Tbk.....	48
3.1.2. Visi dan Misi.....	50
3.1.3. Logo	51
3.1.4. Sturktur Organisasi.....	53
3.2. Profil Informan	53
3.3. Gambaran Hasil Penelitian.....	55
3.3.1. Tahapan <i>Planning</i> Perkenalan <i>Tagline</i> Sebagai <i>Branding Identity Product</i>	57
3.3.2. Implementasi <i>Tagline</i> Sebagai <i>Brand Identity Product</i>	65

3.3.3. Indikator Keberhasilan Penerapan Tagline Sebagai Brand Identity Product	73
3.4. Pembahasan.....	81
3.4.1 Tahapan Planning Perkenalan Tagline Sebagai Branding Identity Product.....	84
3.4.2. Implementasi Tagline Sebagai Brand Identity Product.....	90
3.4.3. Indikator Keberhasilan Penerapan <i>Tagline Sebagai Brand Identity Product</i>	94
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	101
4.1. Simpulan	101
4.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	109



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu 10



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahap Evaluasi	36
Gambar 3. 1 Logo PT Gudang Garam Tbk.	51
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT Gudang Garam Tbk.	53
Gambar 3. 3 Tahapan Planning Perkenalan Tagline Sebagai <i>Branding Identity Product</i>	65
Gambar 3. 4 Tahapan Implementasi Penerapan Tagline Sebagai <i>Brand Product Identity</i>	73
Gambar 3. 5 Indikator Keberhasilan Penerapan Tagline sebagai <i>Brand Identity Product</i>	81
Gambar 3. 6 Tahapan Penerapan Tagline “Pria Punya Selera” Sebagai <i>Branding Product Identity</i> PT. Gudang Garam Tbk.....	99



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Skripsi	109
Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	110
Lampiran 3 Surat Keterangan Riset dari Perusahaan	111
Lampiran 4 Lembar Bukti Bimbingan.....	140
Lampiran 5 Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Plagiarisme	142
Lampiran 6 ScreenShoot Turnitin	143
Lampiran 7 Wawancara Informan.....	144

