

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.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
MOTO HIDUP.....	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Akademis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Landasan Pemikiran.....	9
1.5.1 Penelitian Terdahulu	9
1.5.2 Landasan Teoritis.....	27
1.5.3 Kerangka Konseptual.....	29
1.6 Langkah-langkah Penelitian.....	35
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	35
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	35
1.6.3 Metode Penelitian	36
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	37
1.6.5 Teknik Penentuan Informan.....	38
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
1.6.7 Teknik Keabsahan Data.....	42

1.6.8	Teknik Analisis Data.....	44
BAB II.....		46
KAJIAN PUSTAKA.....		46
2.1	Konsep dan Strategi <i>Public Relations</i>	46
2.2	<i>Branding</i>	52
2.2.1	Definsi <i>Branding</i>	52
2.2.2	Jenis-Jenis <i>Branding</i>	54
2.2.3	Strategi <i>Branding</i>	58
2.3	<i>Corporate Branding</i>	60
2.4	Konsep Strategi <i>Corporate Branding</i>	62
2.4.1	<i>Strategic Vision</i>	64
2.4.2	<i>Organizational culture</i>	65
2.4.3	<i>Stakeholder Images</i>	67
BAB III		69
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		69
3.1	Gambaran Umum Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung.....	69
3.1.1	Profil dan Sejarah Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung.....	69
3.1.2	Visi dan Misi Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung.....	71
3.1.3	Logo Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung	73
3.1.4	Struktur Organisasi Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung	74
3.2	Profil Informan.....	77
3.3	Hasil Temuan Penelitian	78
3.3.1	Penerapan <i>Strategic Vision</i> dalam Tahapan <i>Corporate Branding</i>	82
3.3.2	Penerapan <i>Organizational Culture</i> dalam Tahapan <i>Corporate Branding</i>	94
3.3.3	Penerapan <i>Stakeholder Images</i> dalam Tahapan <i>Corporate Branding</i> ...	103
3.4	Pembahasan Hasil Penelitian	110
3.4.1	<i>Strategic Vision</i> Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung dalam membentuk strategi <i>public relations</i> dalam membentuk <i>Corporate Branding</i>	111
3.4.2	<i>Organizational Culture</i> Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung dalam melakukan strategi <i>Public Relations</i> dalam membentuk <i>Corporate Branding</i>	120
3.4.3	<i>Stakeholder Images</i> Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung dalam melakukan strategi <i>Public Relations</i> dalam membentuk <i>Corporate Branding</i>	125
BAB IV		132
SIMPULAN DAN SARAN		132

4.1	Simpulan	132
4.2	Saran	134
DAFTAR PUSTAKA		136

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Profil Informan.....	77
Tabel 3.2	Bagan Tahap <i>Strategic Vision</i>	91
Tabel 3.3	Bagan Tahap <i>Organizational Culture</i>	100
Tabel 3.4	Bagan Tahap <i>Stakeholder Images</i>	108
Tabel 3.5	Bagan Strategi <i>Corporate Branding</i>	125

