

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.6 Tinjauan Pustaka.....	8
1.6.1 Penelitian Terdahulu	8
1.6.2 Landasan Konseptual.....	18
1.7 Langkah-langkah Penelitian.....	24
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	24
1.7.2 Paradigma Penelitian	25
1.7.3 Metode Penelitian	25
1.7.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
1.7.5 Teknik Pemilihan Informan	27
1.8 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.8.1 Analisis Data.....	28

1.8.2 Reduksi Data	29
BAB II KAJIAN PUSTAKA	31
2.1 Humas	31
2.1.1 Definisi Humas	33
2.1.2 Humas Sebagai fungsi Manajemen.....	34
2.2 <i>Four Step Public Relations</i>	36
2.2.1 Mendefinisikan Masalah	36
2.2.2 Perencanaan	37
2.2.3 Pelaksanaan	38
2.2.4 Evaluasi.....	39
2.3 Pengelolaan	39
2.3.1 Definisi Manajemen (Pengelolaan).....	39
2.3.2 Fungsi-fungsi Manajemen	41
2.4 <i>Brand</i> (Merek)	43
2.4.1 Definisi dan Konsep Merek	44
2.4.2 Sejarah Singkat Merek.....	45
2.4.3 Strategi Merek.....	47
2.4.4 Tujuan Merek.....	49
2.5 <i>Image</i> (Citra).....	49
2.5.1 Definisi Citra.....	50
2.5.2 Jenis-jenis Citra.....	51
2.6 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	52
2.6.1 Definisi Citra Merek	52
2.6.2 Dimensi Citra Merek.....	55
2.6.3 Tolak Ukur Citra Merek.....	57
2.7 Perusahaan Berbasis Islam.....	58
2.7.1 Definisi Perusahaan Berbasis Islam.....	58
2.7.1 Ciri-ciri Perusahaan Berbasis Islam.....	59
2.7.3 Sistem Perusahaan Berbasis Islam.....	64

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
3.1.1 Sejarah Berdirinya CV Rabbani Asysa.....	68
3.1.2 Logo, Lambang dan warna Pada perusahaan.....	71
3.1.3 Struktur Organisasi	72
3.1.4 Falsafah Kerja Rabbani.....	73
3.1.5 Produk Perusahaan.....	77
3.2 Profil Informan	79
3.3 Hasil Penelitian	80
3.3.1 Proses Pengumpulan Data	81
3.3.2 Proses Perencanaan.....	85
3.3.2.1 Survey Rabbani Pada Keadaan Pasar Masa Kini dan melalui Member-member.....	86
3.3.2.2 Program Kerja <i>Brand Marketing</i> dan <i>Direct Respon Marketing</i> Sebagai Bentuk Pengelolaan <i>Brand Image</i>	87
3.3.3 Proses Pelaksanaan	90
3.3.3.1 Bentuk Pengelolaan <i>Brand Image</i> pada Kegiatan Promo dan Produk	91
3.3.3.2 Hambatan dan Pemecahan Masalah pada Pelaksanaan program Kerja.....	93
3.3.3.3 Cara CV Rabbani Asysa dalam menggiring Opini Publik	94
3.3.4 Tahapan Evaluasi program Kerja.....	96
3.3.4.1 Umpan Balik yang Diharapkan.....	97
3.3.4.2 Antisipasi Kegagalan pada Program Kerja.....	98
3.4 Analisis Hasil Penelitian	99
3.4.1 Program Awal dalam Pengelolaan Brand Image	99
3.4.1.1 Kegiatan Riset Rabbani dalam Pencarian Data	100
3.4.1.2 Pencarian Tema untuk Kegiatan Promo Merek Rabbani Melalui Isu yang berkembang	101
3.4.2 Perencanaan Kegiatan promo yang Unik dan Fresh Sebagai Bentuk Pengelolaan Brand Image	102

3.4.2.1 Strategi Promosi pada kegiatan <i>Marketing</i> Sebagai Bentuk Eksistensi Merek	103
3.4.2.2 Promo-promo Melalui Hari-hari Besar	104
3.4.2.3 Program Kerja Jangka Panjang (<i>Brand Marketing</i>).....	106
3.4.2.4 Program Kerja Jangka Pendek (<i>Direct Respon Marketing</i>).....	107
3.4.3 Pelaksanaan Kegiatan Pengelolaan <i>Brand Image</i> CV Rabbani Asysa ..	108
3.4.3.1 Kegiatan Dasar Berpedoman Pada Hadits Rasulullah SAW	109
3.4.3.2 Tindakan Aksi dan Komunikasi dalam Mengelola Citra Merek CV Rabbani Asysa	111
3.4.3.2.1 Sekolah Rabbani Sebagai Bentuk Strategi Jangka Panjang.....	111
3.4.3.2.2 Pakem Fashion Rabbani Sebagai Bentuk Ciri khas CV Rabbani Asysa.....	112
3.4.3.2.3 Pemakaian <i>Brand Ambassador</i> Sebagai Upaya Menggiring Opini Publik	113
3.4.3.2.4 Kegiatan <i>Support Wardrobe</i> Pada Acara Pertelevisian Sebagai Upaya Pembentukan Opini Publik	114
3.4.4 Evaluasi Program Kerja	116
3.4.4.1 Evaluasi Kerja Harian, Mingguan dan Bulanan	117
3.4.4.2 Evaluasi Kerja Tahunan	117
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	120
4.1 Kesimpulan	120
4.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu
Tabel 2	Rencana Jadwal Penelitian
Tabel 3	Profil Informan



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Gedung Rabbani Holding Jalan Citarum No 20A Bandung
- Gambar 2 Logo CV Rabbani Asysa
- Gambar 3 Struktur Organisasi CV Rabbani Asysa
- Gambar 4 Rangkuman Program Kerja Rabbani
- Gambar 5 Foto Produk Rabbani
- Gambar 6 Foto Produk Mall Online Rabbani
- Gambar 7 Promo-promo Unik Rabbani
- Gambar 8 *Brand Ambassador* Rabbani
- Gambar 9 Foto Dokumentasi penelitian



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Survei/Observasi Lapangan/Konsultasi No.03, Tanggal 27 Maret 2018
- Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Riset Survey/Konsultasi No.06, Tanggal 28 Juni 2018
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian CV Rabbani Asysa No.360/Eks/HR/VII/2018, Tanggal 14 Juli 2018
- Lampiran 4 Surat Keputusan Skripsi
- Lampiran 5 Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara

