

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
RIWAYAT HIDUP.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Akademis.....	6
1.4.2 Praktis.....	6
1.5 Landasan Pemikiran.....	6
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	6
1.5.2 Landasan Teoritis.....	9
1.5.3 Kerangka Konseptual.....	11
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	14

1.6.1	Lokasi Penelitian	14
1.6.2	Paradigma dan Pendekatan.....	15
1.6.3	Metode Penelitian.....	16
1.6.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	16
1.6.5	Penentuan Informan	17
1.6.6	Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	18
1.6.7	Teknik Pengumpulan Data	19
1.6.8	Teknik Analisis Data	20
1.6.9	Rencana Jadwal Penelitian	22
BAB II	25
2.1	Kajian Konseptual	25
2.1.1	Strategi.....	25
2.1.2	<i>Brand dan Branding</i>	26
2.1.3	Strategi <i>Branding</i>	28
2.2	Kajian Teori.....	29
2.2.1	<i>Brand positioning</i>	30
2.2.2	<i>Brand Identity</i>	33
2.2.3	<i>Brand Personality</i>	35
2.2.4	<i>Brand Communication</i>	37
2.3	Radio.....	38
BAB III	43
3.1	Gambaran Umum I Radio Bandung	43
3.1.1	Sejarah I Radio Bandung.....	43
3.1.2	Visi-Misi I Radio Bandung	44

3.1.3	Struktur Organisasi I Radio Bandung	44
3.2	Profil Informan	46
3.3	Hasil Temuan Penelitian	47
3.3.1	Penerapan Strategi <i>Brand Positioning</i> oleh I Radio Bandung.....	47
3.3.2	Penerapan Strategi <i>Brand Identity</i> I Radio Bandung.....	54
3.3.3	Penerapan Strategi <i>Brand Personality</i> I Radio Bandung.....	59
3.3.4	Penerapan Strategi <i>Brand Communication</i> I Radio Bandung.....	65
3.4	Hasil Pembahasan.....	71
3.4.1	<i>Brand Positioning</i> I Radio Bandung	72
3.4.2	<i>Brand Identity</i> I Radio Bandung	77
3.4.3	<i>Brand Personality</i> I Radio Bandung	83
3.4.4	<i>Brand Communication</i> I Radio Bandung.....	87
BAB IV	92
4.1	Simpulan.....	92
4.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu	6
Tabel 1.2: Rencana Jadwal Penelitian.....	21
Tabel 3.1: Tabel Informan.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Struktur Organisasi.....	43
Gambar 3.2: <i>Brand Positioning</i> I Radio Bandung	52
Gambar 3.3: Logo <i>Brand</i> I Radio Bandung	55
Gambar 3.4: <i>Brand Identity</i> I Radio Bandung	58
Gambar 3.5: <i>Brand Personality</i> I Radio Bandung	63
Gambar 3.6: Media Publikasi I Radio Bandung	66
Gambar 3.7: <i>Brand Communication</i> I Radio Bandung	70
Gambar 3.8: Strategi <i>Branding</i> I Radio Bandung.....	90

