

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Landasan Pemikiran	7
E.1 Penelitian Terdahulu	7
E.2 Landasan Teoritis	11
E.3 Landasan Konseptual	12
F. Langkah-Langkah Penelitian	15
F.1 Lokasi Penelitian	15
F.2 Paradigma dan Pendekatan	15
F.3 Metode Penelitian	15
F.4 Jenis dan Sumber Data	16
F.5 Penentuan Informan	17
F.6 Teknik Pengumpulan Data	18
F.7 Teknik Analisis Data	19
F.8 Teknik Validitas Data	20
F.9 Rencana Jadwal Penelitian	21
BAB II	23

TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Strategi Humas.....	23
B. Konsep <i>The Nine Step of Strategic Public Relations</i>	27
C. <i>Brand Awareness</i>	32
C.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	32
C.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	34
C.3 Cara Membangun <i>Brand Awareness</i>	35
C.4 Indikator <i>Brand Awareness</i>	36
D. Konsep Sekolah Alam.....	36
BAB III.....	40
STRATEGI HUMAS SEKOLAH ALAM PURWAKARTA DALAM MEMBANGUN <i>BRAND AWARENESS</i>	40
A. Gambaran Umum Sekolah Alam Purwakarta.....	40
A.1 Profil Sekolah Alam Purwakarta	40
A.2 Visi dan Misi.....	44
A.3 Logo Sekolah Alam Purwakarta	44
A.4 Struktur Organisasi.....	45
B. Profil Informan	46
C. Tahapan Riset Formatif Sekolah Alam Purwakarta dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	47
D. Strategi Sekolah Alam Purwakarta dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> ..	67
E. Taktik Sekolah Alam Purwakarta dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	86
F. Tahapan Evaluasi Sekolah Alam Purwakarta dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	92
BAB IV	101
PENUTUP.....	101
A. Simpulan	101
B. Saran	103
B.1 Saran untuk Sekolah Alam Purwakarta.....	103
B.2 Saran untuk Akademisi.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	109