

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Waktu Penelitian	8
BAB II	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Brand	9
2.1.2 Tujuan Brand	9
2.1.3 <i>Rebranding</i>	10
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Rebranding	11
2.1.5 Strategi Hubungan Masyarakat	13
2.1.6 Logo	13
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	20
BAB III	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.1.1 Paradigma Penelitian	21
3.1.2 Metodologi Penelitian	21
3.1.3 Subjek Penelitian	22
3.1.4 Objek Penelitian	22
3.1.5 Lokasi Penelitian	22
3.1.6 Informan Penelitian	23
3.2 Teknik Pengumpulan Data	24
3.3 Metode Analisis dan Keabsahan Data	25
3.3.1 Metode Analisis Data	25
3.3.2 Teknik Keabsahan Data	26
BAB IV	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Karakteristik Informan	27

4.2 Profil Perusahaan	29
4.3 Hasil Penelitian.....	30
4.3.1 Strategi PT Len Industri dalam proses <i>rebranding</i> melalui logo	30
4.4 Pembahasan	43
4.4.1 Strategi PT Len Industri dalam proses <i>rebranding</i> perusahaan sebagai induk holding pertahanan.....	44
BAB V	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran.....	51
5.2.1 Saran Akademis	51
5.2.2 Saran Praktis.....	51