

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.1 Fokus Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Komunikasi .....	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi .....	15
2.2.2 Komunikasi Organisasi .....	15
2.2.3 Komunikasi Pemerintah .....	22
2.2.4 Komunikasi Publik.....	24
2.3 <i>Public Relations</i> .....	29
2.3.1 Definisi <i>Public Relations</i> .....	29
2.3.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	30
2.3.3 Peran <i>Public Relations</i> .....	31

2.3.4 Tugas <i>Public Relations</i> .....	32
2.4 <i>Brand</i> .....	33
2.4.1 Definisi <i>Brand</i> .....	33
2.4.2 Fungsi <i>Brand</i> .....	35
2.4.3 Jenis <i>Brand</i> .....	37
2.5 Strategi Komunikasi .....	39
2.5.1 Definisi Strategi Komunikasi .....	39
2.5.2 Strategi Komunikasi <i>Brand</i> .....	42
2.5.3 Reputasi .....	43
2.6 Revolusi Industri 4.0 .....	45
2.6.1 Media Baru .....	46
2.6.2 Disrupsi Teknologi.....	48
<b>BAB III.....</b>	<b>54</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	54
3.2 Metode Penelitian.....	54
3.3 Subyek Penelitian .....	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4.1 Primer .....	57
3.4.2 Sekunder .....	58
3.5 Teknik Analisis Data .....	58
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	59
<b>BAB IV .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.1 Sejarah TVRI.....	60
4.1.2 Perkembangan TVRI.....	62
4.1.3 Struktur Organisasi .....	64
4.1.4 Visi Perusahaan.....	69
4.1.5 Misi Perusahaan .....	69
4.1.6 Tujuan Penyiaran TVRI .....	70
4.1.7 Makna Logo TVRI.....	70
4.1.8 Filosofis TVRI .....	71
4.1.9 Profil Informan .....	72

4.2 Hasil Penelitian .....	74
4.2.1 Pengelolaan <i>Branding</i> Saat Perubahan Status TVRI menjadi LPP hingga sekarang .....	74
4.2.2 Strategi <i>Branding</i> TVRI .....	93
4.2.3 Peforma Revitalisasi TVRI di Benak Publik .....	114
4.3 Pembahasan.....	124
4.3.1 Dampak <i>Branding</i> TVRI Setelah Menjadi LPP .....	124
4.3.2 Aktivitas <i>Branding</i> TVRI Era Disrupsi Teknologi .....	127
4.3.3 Gambaran Opini Masyarakat Terkait <i>Branding</i> TVRI .....	135
<b>BAB V.....</b>	<b>143</b>
5.1 Kesimpulan .....	143
5.2 Saran .....	145
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>150</b>