

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
a. Manfaat Akademis	10
b. Manfaat Praktis	11
c. Manfaat Sosial	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Teori Transformasi	15
2.3. <i>Brand Image</i> dan <i>Digital Branding</i>	17
2.3.1. Definisi <i>Brand Image</i>	17

2.3.2.	Manfaat <i>Brand Image</i>	20
2.3.3.	<i>Brand</i> dan Implementasinya dalam Organisasi.....	21
2.3.4.	<i>Digital Branding</i>	30
2.4.	Strategi <i>Branding</i>	33
2.5.	<i>Public Relations</i>	39
2.5.1.	Definisi <i>Public Relations</i>	39
2.5.2.	Fungsi <i>Public Relations</i>	40
2.5.3.	Peran <i>Public Relations</i>	44
2.5.4.	Aktivitas <i>Public Relations</i>	45
2.5.5.	Digital <i>Public Relations</i>	46
2.5.6.	Fokus E-PR.....	47
2.6.	<i>Community Relations</i>	48
2.6.1.	Pengertian <i>Community Relations</i>	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		52
3.1.	Paradigma.....	52
3.2.	Tipe Penelitian.....	54
3.3.	Metode Penelitian.....	54
3.4.	Subyek Penelitian.....	55
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5.1.	Data Primer.....	58
3.5.2.	Data Sekunder.....	58
3.6.	Teknik Analisis Data.....	62
3.7.	Teknik Keabsahan Data.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Gambaran Umum PT Intisari Media Tama.....	71
4.1.1.	Majalah Hai Versi Cetak.....	74
4.1.2.	Visi Misi Majalah Hai.....	77
4.1.3.	Sejarah Majalah Hai Versi Digital.....	78
4.1.4.	Sejarah Indie Dan Perkembangan Gerakanya Dalam Majalah Hai.....	80
4.1.5.	Struktur Organisasi Hai.....	82
4.1.6.	Profil Obyek Penelitian.....	84

4.2.	Hasil Penelitian	85
4.2.1.	<i>Brand Image</i> Majalah Hai	86
4.2.2.	Digital Public Relations PT Intisari Media Tama	93
4.2.3.	Aktivitas <i>Branding</i> Majalah Hai.....	97
4.3.	Pembahasan	101
4.3.1.	Karakter Media Hai <i>Online</i>	103
4.3.2.	Identitas Baru Majalah Hai	109
4.3.3.	Hai <i>Online</i> sebagai Media Musik Indie.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		124
5.1	Kesimpulan.....	124
5.2	Saran	125
A.	Saran Praktis.....	125
B.	Saran Akademis	125
DAFTAR PUSTAKA.....		126
LAMPIRAN.....		128



UNIVERSITAS
MERCU BUANA