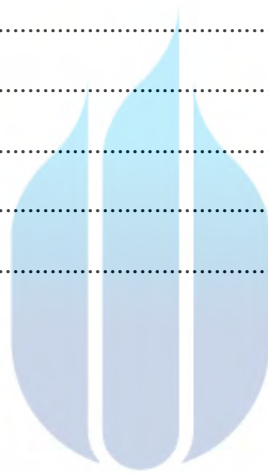


DAFTAR ISI

COVER.....	
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHALUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Teoritis/ Akademis.....	13
1.4.2. Manfaat Praktis	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Merek (Brand).....	17
2.2.2 Peran Merek	18
2.2.3 Elemen-elemen Merek	18

2.2.4 Citra Merek (Brand Image)	20
2.2.5 Kesadaran Akan Merek	21
2.2.6 Tagline dan Slogan.....	22
2.2.7 Jenis jenis Tagline	22
2.2.8 Pengertian Rebranding	23
2.2.9 Strategi Rebranding	25
2.2.10 Elemen Rebranding	26
2.2.11 Coorporate Bisnis Radio	30
2.2.12 Produk Jasa Radio	36
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Subjek Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah Singkat 88,4 Global Radio Jakarta	42
4.1.2 Struktur Organisasi.....	44
4.1.3 Visi dan Misi 88,4 Global Radio Jakarta.....	44
4.1.4 Program Unggulan 88,4 Global Radio Jakarta	45
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Faktor Faktor Terjadi Rebranding	53
4.2.2 Elemen Rebranding	54

4.2.3 Evaluasi.....	56
4.2.4 Perencanaan Strategi Rebranding.....	57
4.2.5 Tahap Implementasi.....	59
4.3 Pembahasan.....	79
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademis.....	81
5.2.2 Saran Praktis.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	85



UNIVERSITAS
MERCU BUANA