

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8

1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori.....	9

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Branding</i>	21
2.1.1 Fungsi <i>Branding</i>	23
2.1.2 Unsur-unsur <i>Branding</i>	24
2.1.3 Jenis-jenis <i>Branding</i>	25
2.2 Strategi <i>Branding</i>	26
2.2.1 <i>Brand Positioning</i>	27
2.2.2 <i>Brand Identity</i>	28
2.2.3 <i>Brand Personality</i>	29
2.2.4 <i>Brand Communication</i>	29
2.2.5 <i>Brand Equity</i>	30
2.3 Era Konvergensi Media.....	31
2.3.1 Pendorong Konvergensi Media.....	34
2.3.2 Pendukung Konvergensi Media.....	34

2.3.3 Pengaruh Konvergensi Media.....	34
2.3.4 Contoh Konvergensi Media.....	36
2.4 Penelitian Terdahulu.....	37
 BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Lokasi Penelitian.....	42
3.3 Objek Penelitian.....	42
3.4 Sumber Data.....	42
3.4.1 Data Primer.....	42
3.4.2 Data Sekunder.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.7 Keabsahan Data.....	45
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Profil Identitas LPP TVRI.....	47
4.1.1 TVRI DAN TANTANGAN MARAKNYA	
TV SWASTA: 1990-2005.....	53

4.1.2 Jajaran Manajemen.....	58
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 TVRI di Era Konvergensi.....	59
4.2.2 Awal Mula <i>Rebranding</i> TVRI.....	70
4.2.3 Strategi <i>Rebranding</i> TVRI.....	76
4.2.3.1 <i>Brand Story</i>	81
4.2.3.2 <i>Brand Positioning</i>	82
4.2.3.3 <i>Brand Personality</i>	84
4.2.3.4 <i>Brand Activation Guideline - Tone of Voice</i>	85
4.2.4 Proses <i>Rebranding</i> TVRI.....	87
4.2.4.1 <i>Channel Branding</i>	94
4.2.4.2 <i>Promo On Air</i>	103
4.2.4.3 <i>News Package</i>	120
4.2.4.4 Media Sosial.....	121
4.2.4.5 Promosi <i>Off Air</i>	122
4.2.5 Pandangan Audiens terhadap <i>Rebranding</i> TVRI.....	126
4.3 Pembahasan.....	134

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	147
5.2 Saran.....	149

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN