

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Kerangka Teori.....	11
1.5.1 Model Proses Manajemen <i>Public Relations</i>	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1. Strategi.....	20
2.2. <i>Brand</i> (Merek).....	20
2.3. <i>Branding</i>	22
2.4. Strategi <i>Branding</i>	23
2.5. Sekolah	24

2.6. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Lokasi Penelitian	32
3.4 Sumber Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Profil SDIT Alam Nurul Islam.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Identifikasi Masalah Menurut SDIT Alam Nurul Islam	56
4.2.2 Perencanaan dan Pemrograman di SDIT Alam Nurul Islam	60
4.2.3 Aksi dan Komunikasi di SDIT Alam Nurul Islam.....	64
4.2.4 Evaluasi Program di SDIT Alam Nurul Islam	76
4.3 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN