

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	10
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	10
1.3 Maksud dan Tjuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi.....	15
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi.....	15
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi.....	17
2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi.....	17
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....	19
2.1.3 Tinjauan <i>Rebranding</i>	21
2.1.3.1 <i>Branding</i>	21
2.1.3.2 <i>Rebranding</i>	22
2.1.3.3 Strategi <i>Rebranding</i>	29
2.1.4 Tinjauan Tentang Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	31
2.1.4.1 Pengertian Citra.....	31
2.1.4.2 Pengertian Merek.....	32
2.1.4.3 Konsep-Konsep Merek.....	34
2.1.4.4 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	35
2.1.4.5 Mempertahankan Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Informan Penelitian.....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49

3.3.1 Studi Pustaka	50
3.3.2 Studi Lapangan	50
3.4 Uji Keabsahan Data	52
3.5 Teknik Analisa Data.....	54
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	56
3.6.1 Lokasi Penelitian	56
3.6.2 Waktu Penelitian.....	57
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	66
4.1.1.1 Sejarah Singkat eL Royale Hotel Bandung	66
4.1.1.2 Visi Dan Misi	67
4.1.1.3 Logo Dan Arti Lambang	67
4.1.1.4 Struktur Organisasi	69
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan	70
4.1.2.1 Strategi <i>Rebranding</i> eL Royale Hotel Bandung	77
4.1.2.2 <i>Repositioning</i> (Perubahan Identitas) El Royale Hotel Bandung.....	78
4.1.2.3 <i>Renaming</i> (Perubahan Nama) eL Royale Hotel Bandung	80
4.1.2.4 <i>Redesign</i> (Perubahan <i>design brand</i>) eL Royale Hotel Bandung.....	82
4.1.2.5 <i>Relaunch</i> (Peluncuran <i>Brand</i>) eL Royale Hotel Bandung.....	88

4.1.2.6 Citra eL Royale Hotel Bandung Setelah Melakukan <i>Rebranding</i>	96
4.2 Pembahasan Penelitian.....	100
4.2.1 <i>Repositioning</i> (Perubahan Identitas) eL Royale Hotel Bandung.....	100
4.2.2 <i>Renaming</i> (Perubahan Nama) El Royale Hotel Bandung	103
4.2.3 <i>Redesign</i> (Perubahan <i>Design</i>) El Royale Hotel Bandung	105
4.2.4 <i>Relaunch</i> (Peluncuran Brand Baru) El Royale Hotel Bandung.....	107

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran – saran	116
5.2.1 Bagi perusahaan.....	116
5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya	117

DAFTAR PUSTAKA	118
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	120
----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	162
-----------------------------------	------------