

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.5.1. Manfaat Teoritis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	12
1.6. Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Employer Branding Sebagai Strategi Attract dan Retain Karyawan	13
2.2. Peran Integrated Communication Dalam Mendukung Pengelolaan Employer Branding	17
2.3. Penelitian Terdahulu	22
2.4. Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1. Paradigma Penelitian	41
3.2. Metode Penelitian	41
3.3. Subjek Penelitian	43
3.4. Lokasi Penelitian	43
3.5. Unit Analisis Penelitian	43
3.6. Informan Penelitian	46
3.7. Pengumpulan Data Penelitian	47

3.7.1. Wawancara.....	47
3.8. Teknik Analisis Data.....	47
3.8.1. Reduksi Data	48
3.8.2. Data Display	48
3.8.3. Conclusion Drawing.....	48
3.9. Teknik Keabsahan Data	48
3.9.1. Triangulasi Sumber	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Informan Penelitian	50
4.2. Hasil Penelitian.....	53
4.2.1. <i>Integrated Communication</i> pada Aspek <i>Stakeholder</i>	54
4.2.2. <i>Integated Communication</i> pada Aspek <i>Content</i>	56
4.2.3. <i>Integrated Communication</i> pada Aspek <i>Channel</i>	59
4.2.4. <i>Employer Branding</i>	62
4.3. Pembahasan.....	78
4.3.1. Analisis Penerapan Komunikasi Terintegrasi dalam Pengelolaan <i>Employer Branding</i> di PT Telkom Indonesia (Persero), Tbk	78
4.3.2. Model <i>Integrated Communication</i> dalam Pengelolaan <i>Employer Branding</i> di PT Telkom Indonesia (Persero), Tbk.....	82
BAB V PENUTUP.....	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	92