

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Fokus Penelitian	6
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4. 1 Manfaat Teoritis	6
1.4. 2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Konsep dan Teori.....	9
2.1.1 Persepsi Publik	9
2.1.1.1 Brand Image	9
2.1.2 Corporate Branding.....	10
2.1.2.1 Rebranding	11
2.1.3 Podcast	12
2.1.3.1 Corporate Podcast	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	39

3.2.1 Subjek Penelitian.....	39
3.2.2 Objek Penelitian	39
3.3 Lokasi Peneliitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder	40
3.5 Informan Wawancara.....	41
3.6 Metode Analisis Data.....	43
3.7 Metode Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Informan Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian	48
4.3 Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	74