

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teoritis.....	13
2.1.1 <i>Elaboration Likelihood Model</i>	13
2.1.2 Teori Resepsi.....	14
2.2 Kajian Konseptual.....	14
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	14
2.2.2 <i>Branding</i>	16
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2.4 <i>Environmental, Social, and Governance (ESG)</i> pada PT Telkom Indonesia.....	20
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.3.1 Jurnal Nasional.....	23
2.3.2 Jurnal Internasional.....	27
2.4 Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Paradigma Penelitian	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	33

3.3.1 Subjek Penelitian.....	33
3.3.2 Objek Penelitian.....	33
3.4 Informan Penelitian.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Uji Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Strategi Komunikasi Internal GoZero%.....	41
4.1.2 Strategi Komunikasi Eksternal GoZero%.....	53
4.2 Pembahasan.....	73
4.2.1 Strategi Komunikasi Internal GoZero%.....	73
4.2.2 Strategi Komunikasi Eksternal GoZero%.....	92
4.3 Model Komunikasi.....	114
BAB V PENUTUP	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	124