

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Konseptual.....	11
2.1.1 Hubungan Masyarakat.....	11
2.1.2 Komunikasi Publik.....	13
2.1.3 City Branding.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2.1 Literatur Review Nasional.....	18
2.2.2 Literatur Review Internasional.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Paradigma Penelitian.....	29

3.3 Subjek & Objek Penelitian	30
3.3.1 Subjek Penelitian	30
3.3.2 Objek Penelitian	31
3.4 Unit Analisis Penelitian	31
3.5 Informan Penelitian	34
3.6 Lokasi Penelitian	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data	38
3.8 Teknik Analisis Data	40
3.9 Triangulasi data	40
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.1.1 Langkah Penggunaan Aplikasi Nvivo 16	42
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Strategi Pemerintah Kota Bogor dalam Melakukan <i>City Branding</i>	43
4.2.2 Implementasi Pemerintah Kota Bogor dalam Melakukan <i>City Branding</i>	58
4.2 Pembahasan	76
4.3.1 Strategi Pemerintah Kota Bogor dalam Melakukan <i>City Branding</i>	77
4.3.2 Implementasi Pemerintah Kota Bogor dalam Melakukan <i>City Branding</i>	80
BAB V	87
PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	95