

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Lingkup Penelitian .....	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ).....	13
2.2. Identitas Perusahaan ( <i>Corporate Identity</i> ) .....	15
2.3. Identitas Merek Perusahaan ( <i>Corporate Brand Identity</i> ).....	17
2.4. <i>The Corporate Brand Identity Matrix</i> .....	25
2.4.1. Elemen Visi dan Misi ( <i>Vision and Mission</i> ).....	27
2.4.2. Elemen Budaya ( <i>Culture</i> ).....	27
2.4.3. Elemen Kompetensi ( <i>Competences</i> ).....	28
2.4.4. Elemen Ekspresi ( <i>Expression</i> ).....	28
2.4.5. Elemen Inti ( <i>Core</i> ).....	28
2.4.6. Elemen Kepribadian ( <i>Character</i> ).....	29
2.4.7. Elemen Proposisi Nilai ( <i>Value Proposition</i> ).....	29

2.4.8.	Elemen Hubungan ( <i>Relationship</i> ).....	29
2.4.9.	Elemen Posisi ( <i>Position</i> ).....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		30
3.1.	Desain Penelitian .....	31
3.2.	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.2.1.	Data Primer .....	33
3.2.2.	Data Sekunder.....	34
3.3.	Desain Instrumen Pengumpulan Data .....	35
3.4.	Metode Analisis Data .....	38
3.5.	Profil Perusahaan.....	39
3.5.1.	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	39
3.5.2.	Visi Perusahaan.....	40
3.5.3.	Misi Perusahaan.....	40
3.5.4.	Tata Nilai Perusahaan.....	40
3.5.5.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
3.5.6.	Kondisi Perusahaan Saat Ini.....	43
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		45
4.1.	Deskripsi Data .....	45
4.1.1.	Data Primer .....	45
4.1.2.	Data Sekunder.....	47
4.2.	Pembahasan .....	47
4.2.1.	Analisis Strategi Perusahaan Saat Ini .....	48
4.2.2.	Analisis Identitas Perusahaan .....	52
4.2.3.	Analisis Pemahaman Karyawan XYZ Terhadap Identitas Merek Perusahaan ( <i>Corporate Brand Identity</i> ) XYZ .....	54
4.2.3.1.	Elemen Visi dan Misi ( <i>Vision and Mission</i> ).....	56
4.2.3.2.	Elemen Budaya ( <i>Culture</i> ).....	57
4.2.3.3.	Elemen Kompetensi ( <i>Competences</i> ).....	59
4.2.3.4.	Elemen Ekspresi ( <i>Expression</i> ).....	62
4.2.3.5.	Elemen Inti ( <i>Core</i> ).....	64
4.2.3.6.	Elemen Kepribadian ( <i>Character</i> ) .....	65
4.2.3.7.	Elemen Proposisi Nilai ( <i>Value Proposition</i> ) .....	66

4.2.3.8.	Elemen Hubungan ( <i>Relationship</i> ).....	69
4.2.3.9.	Elemen Posisi ( <i>Position</i> ).....	70
4.2.4.	Usulan Identitas Merek Perusahaan ( <i>Corporate Brand Identity</i> )	
	<i>New Company (New Co)</i> .....	72
4.2.4.1.	Elemen Visi dan Misi ( <i>Vision and Mission</i> ).....	73
4.2.4.2.	Elemen Budaya ( <i>Culture</i> ).....	75
4.2.4.3.	Elemen Kompetensi ( <i>Competences</i> ).....	76
4.2.4.4.	Elemen Ekspresi ( <i>Expression</i> ).....	78
4.2.4.5.	Elemen Inti ( <i>Core</i> ).....	79
4.2.4.6.	Elemen Kepribadian ( <i>Character</i> ) .....	80
4.2.4.7.	Elemen Proposisi Nilai ( <i>Value Proposition</i> ) .....	82
4.2.4.8.	Elemen Hubungan ( <i>Relationship</i> ).....	84
4.2.4.9.	Elemen Posisi ( <i>Position</i> ).....	87
4.2.5.	Analisis Komparasi Identitas Merek Perusahaan XYZ	
	dan <i>New Co</i> .....	89
4.2.4.1.	Elemen Visi dan Misi ( <i>Vision and Mission</i> ).....	73
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		92
5.1.	Simpulan.....	92
5.2.	Implikasi .....	93
5.2.1.	Implikasi Teoritis .....	94
5.2.2.	Implikasi Manajerial .....	94
5.3.	Keterbatasan .....	96
5.4.	Saran .....	96
5.4.1.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	97
5.4.2.	Saran Untuk Perusahaan .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		99
<b>LAMPIRAN</b> .....		101