

Peran branding dan tagline Loving, Enlightening, Advanced, Determined dalam membangun budaya organisasi Perpustakaan UKRIDA = The role of the Loving, Enlightening, Advanced, Determined branding and tagline in building the culture of the UKRIDA Library organization

Sinaga, Steven Yehezkiel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20508807&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang bagaimana branding dan tagline dari Universitas Kristen KridaWacana (UKRIDA), yaitu Loving, Enlightening, Advanced, Determined atau disebut LEAD membangun budaya organisasi di unit perpustakaan universitas tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan memanfaatkan observasi, wawancara dan analisis dokumen. Penulisan Penelitian ini menggunakan metode induktif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa nilai LEAD masih belum terlihat penerapannya dalam mempengaruhi budaya organisasi perpustakaan UKRIDA, walaupun sudah melaksanakan berbagai aspek yang mewakili brand dan tagline dari LEAD. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan Perpustakaan UKRIDA harus meningkatkan brand awareness dalam lingkungan perpustakaan UKRIDA sendiri secara rutin dan juga sebaiknya ada evaluasi tentang pengetahuan dan pelaksanaan nilai LEAD dalam lingkungan unit perpustakaan UKRIDA untuk melihat sejauh mana nilai LEAD dapat diterapkan, karena penelitian ini melihat bahwa nilai dari LEAD ini memiliki manfaat yang baik jika dijalankan.

This thesis discusses how the branding and tagline of Kridawacana Christian University (UKRIDA), namely Loving, Enlightening, Advanced, Determined or called LEAD build organizational culture in the university library unit. This research uses qualitative research methods using observation, interviews and document analysis. The writing of this research uses the inductive method. The results of the study conclude that the value is LEAD application of still not visible in influencing the organizational culture of UKRIDA libraries, even though it has implemented various aspects that represent the brand and tagline of LEAD. Therefore, this study suggests that the UKRIDA Library should increase brand awareness in the UKRIDA library itself on a regular basis and there should also be an evaluation of the knowledge and implementation of values LEAD in the UKRIDA library unit to see the extent to which values LEAD can be applied, because this study sees that the value of LEAD has good benefits if executed.