

# DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG .....	ii
SURAT PERNYATAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	3
1.4.1. Manfaat Teoretis.....	3
1.4.2. Manfaat Praktis.....	3
BAB II.....	4
TINJAUAN PUSTAKA .....	4
2.1. Penelitian Terdahulu .....	4
2.2. Komunikasi Pemasaran Terintegrasi ( <i>Integrated Marketing Communication</i> ) .....	6

2.3. Komunikasi Pemasaran.....	7
2.4. Merek ( <i>Brand</i> ).....	8
2.4.1. Duta Merek ( <i>Brand Ambassador</i> ).....	8
2.4.2. Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	8
2.4.3. Manfaat <i>Brand Ambassador</i> .....	9
2.5. <i>Celebrity Endorser</i> .....	10
2.6. Kerangka Pemikiran.....	10
BAB III.....	12
METODE PENELITIAN.....	12
3.1. Metode Penelitian.....	12
3.2. Desain Penelitian.....	12
3.3. Sumber Data.....	13
3.4. Informan dan <i>Key Informan</i> .....	14
3.4.1. Informan.....	14
3.4.2. <i>Key Informan</i> .....	14
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.6. Keabsahan Data.....	16
3.7. Analisis Data.....	18
BAB IV.....	19
HASIL PENELITIAN.....	19
4.1. Subjek Penelitian.....	19
4.1.1. Gambaran Umum PT. <i>Nature Republic</i> Indonesia Global Mandiri.....	19
4.1.2. Logo dan Slogan Perusahaan.....	21
4.1.3. Visi dan Misi PT. <i>Nature Republic</i> Indonesia Global Mandiri.....	22
4.1.4. Susunan Organisasi PT. <i>Nature Republic</i> Indonesia Global Mandiri.....	22
4.2. Hasil Penelitian.....	23
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	24

4.2.2. <i>Brand Activation Nature Republic Indonesia</i> .....	28
4.2.3. <i>Brand Ambassador (EXO) Nature Republic Indonesia</i> .....	28
BAB V .....	32
PEMBAHASAN.....	32
5.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	32
5.1.1. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	32
5.2. <i>Brand Activation Nature Republic Indonesia</i> .....	34
5.3. <i>Brand Ambassador Nature Republic Indonesia</i> .....	35
BAB VI.....	38
PENUTUP.....	38
6.1 Kesimpulan.....	38
6.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

