

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN	ii
TANDA PENGESAHAN SIDANG	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	vii

BAB I PENDAHULUAN

I.1.Latar Belakang.....	1
I.2.Perumusan Masalah.....	5
I.3.Tujuan Penelitian.....	5
I.4.Manfaat Penelitian.....	6
I.4.1 ManfaatTeoritis... ..	6
I.4.2 Manfaat Praktis... ..	6
I.4.2.1 Bagi Peneliti.....	6
I.4.2.2 Bagi Perusahaan.....	6
I.4.2.3 Bagi Pihak Esa Unggul.....	7
I.5 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1.Komunikator.....	9
II.2.Kredibilitas Sumber.....	14

II.3.Talent – Publik Figur.....	22
II.4.Pengertian Strategi	20
II.4.1Fungsi Strategi... ..	26
II.5.Komunikasi Persuasif.....	27
II.5.1.Dampak Kounikasi.	30
II.6.PemasaranTerpadu.....	31
II.7.Bauran Pemasaran.....	33
II.8.Promotion Mix.....	37
II.9.Perencanaan Pemasaran Terpadu.....	43
II.9.1.Analisis Swot.....	44
II.9.2.Identifikasi Pasar.....	45
II.9.3.Menentukan Tujuan Pemasaran.....	47
II.9.4 Anggaran Pemasaran Terpadu.....	47
II.9.5.Evaluasi Pemasaran Terpadu.....	49
II.10 Merek.....	49
II.10.1 Ekuitas merek.....	50
II.11 Kerangka pemikiran.....	52
II.12 Gangguan komunikasi.....	53
II.13 Hipotesis.....	55
 BAB III METODE PENELITIAN	
III.1 DesainPenelitian.....	56
III.2 Sumber data.....	59

III.3 Metode Pengumpulan Data.....	60
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
III.5. Reabilitas dan Validitas.....	64
III.6 Teknik Analisis Data.....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN

IV.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
IV.1.1.Profil Agnes Monica Sebagai Kredibilitas Sumber..	69
IV.1.2.Profil Identitas Telkomsel Flash.....	74
IV.1.3.Metode Pengumpulan Data Dengan Wawancara Mendalam.....	76
IV.1.4.Analisa Peneliti Dari <i>Facebook Dance Like Agnes</i>	97
IV.1.5.AnalisisPeneliti Dari <i>Twitter Dance Like Agnes</i>	99
IV.1.6.Analisa Peneliti dari <i>Website Mini Dance Like Agnes</i>	101
IV.1.6.Kelebihan Selebriti Sebagai Komunikator Selain Telkomsel.....	102

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan.....	104
V.2 Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA.....	110
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	113
----------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
2.1	Contoh Proses Komunikasi Lasswell	12
2.2	Promotion Mix	43
3.1	Desain Penelitian	58
3.2	Teknik Analisa Data	68