

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah	9
1.2.1 Rumusan.....	9
1.2.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian istilah	11
1.5.1 Ruang Lingkup.....	11
1.5.2 Pengertian Istilah.....	11
1.6 Kerangka Pemikiran.....	13
1.7 Metodologi Penelitian	18
1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	18
1.7.2 Populasi dan Sampel	19
1.7.2.1 Populasi	19
1.7.2.2 Sampel.....	19
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
1.7.4 Teknik Analisis Data.....	21
1.7.5 Uji Keabsahan Data	22
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	24
2.2 Tinjauan Teori.....	27
2.2.1 Komunikasi	27
2.2.1.1 Komunikasi Organisasi	31
2.2.1.2 Komunikasi Pemasaran	33
2.2.2 Public Relations	39
2.2.3 Promosi	41
2.2.3.1 Pengertian Promosi	41
2.2.3.2 Strategi Promosi	44
2.2.3.3 Konsep Marketing Mix	45

2.2.3.4	Tujuan Promosi	47
2.2.4	Teori Efektivitas Komunikasi Berdimensi Ethos.....	48
2.2.5	Public Figure Endorsement	49
2.2.5.1	Pengertian Public Figure Endorsement	49
2.2.5.2	Faktor-Faktor Pemilihan Endoser	51
2.2.5.3	Support Public Figure	52
BAB III METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN		
3.1	Metodologi Penelitian	56
3.1.1	Jenis Penelitian.....	56
3.1.2	Populasi dan Sampel	56
3.1.2.1	Populasi.....	56
3.1.2.2	Sampel.....	57
3.1.3	Operasionalisasi Variabel.....	57
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2	Objek Penelitian	61
3.2.1	Mangalo Clothing	61
3.2.1.1	Visi, Misi, dan Tag Line Mangalo Clothing	64
3.2.1.1.1	Visi Mangalo Clothing	64
3.2.1.1.2	Misi Mangalo Clothing	64
3.2.1.1.3	Tag Line Mangalo Clothing	64
3.2.1.2	Logo Perusahaan	65
3.2.1.3	Contact Person	65
3.2.1.4	Produk Mangalo Clothing	66
3.2.1.5	Strategi Promosi Mangalo Clothing.....	67
3.2.1.6	Team Endorsement Mangalo Clothing	70
3.2.1.7	Strategi Support Public Figure Mangalo Clothing.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	84
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	97
4.2.1	Internalisasi Target Market Mangalo Clothing	100
4.2.2	Identifikasi Diri Target Market Mangalo Clothing	106
4.2.3	Ketundukan Target Market Mangalo Clothing	113
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Saran.....	120
5.2.1	Saran Praktis	121
5.2.2	Saran Teoritis	121

DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	124

