

DAFTAR ISI

Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KERANGKA KONSEP.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Konseptual.....	10
2.2.1 Marketing Public Relations.....	10
2.2.2 <i>Brand Image</i>	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	19
3.2.1 Subjek Penelitian.....	19
3.2.2 Objek Penelitian.....	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	22

3.4 Uji Keabsahan Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Strategi <i>Push Marketing Public Relations</i> Modena pada Peluncuran Produk Baru Modena Marvel Series	29
4.1.2 Strategi <i>Pull Marketing Public Relations</i> Modena pada Peluncuran Produk Baru Modena Marvel Series	31
4.1.3 Strategi <i>Pass Marketing Public Relations</i> Modena pada Peluncuran Produk Baru Modena Marvel Series	47
4.1.4 <i>Brand Image</i> Modena.....	52
4.2.1 Implementasi Strategi MPR Virtual Event Modena dalam Dalam Membangun <i>Brand Image</i>	55
4.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> sebagai Bagian dari Strategi MPR dalam Membangun <i>Brand Image</i>	59
4.2.3 <i>Telemarketing</i> sebagai Bagian dari Strategi MPR dalam Membangun <i>Brand Image</i>	60
4.2.4 <i>Instagram Live Shopping</i> sebagai Media MPR Modena.....	61
4.2.5 <i>Brand Image</i> Modena.....	63
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran Akademis	68
5.2.2 Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN I	1
LAMPIRAN II.....	11
LAMPIRAN III.....	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4. 1 Modena Marvel JD.ID Banner	30
Gambar 4. 2 Artikel Modena	34
Gambar 4. 3 Pameran Modena.....	37
Gambar 4. 4 Launching Virtual	39
Gambar 4. 5 Website Modena.....	44
Gambar 4. 6 Banner Website Modena	44
Gambar 4. 7 Laman Produk Website Modena	45
Gambar 4. 8 Instagram Feed Pre-Campaign	46
Gambar 4. 9 Instagram Feed During Campaign	46
Gambar 4. 10 Instagram Feed Post Campaign.....	46
Gambar 4. 11 Gathering Komunitas Marvel Indonesia	49
Gambar 5. 1 Instagram Live Shopping	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Strategi Marketing Public Relations	14
Tabel 4. 1 Strategi <i>Push Modena</i>	29
Tabel 4. 2 Strategi <i>Push</i> : Publikasi	31
Tabel 4. 3 Strategi <i>Push</i> Artikel Publisitas	32
Tabel 4. 4 Strategi <i>Push Modena: Telemarketing</i>	34
Tabel 4. 5 Strategi <i>Push Modena: Exhibition</i>	36
Tabel 4. 6 Strategi <i>Push Modena: Press Conference</i>	38
Tabel 4. 7 Strategi <i>Push Modena: Event</i>	40
Tabel 4. 8 Strategi <i>Push Modena: Key Opinion Leader</i>	41
Tabel 4. 9 Strategi <i>Push Modena: Aset Digital</i>	43
Tabel 4. 10 Strategi <i>Pass Modena</i>	47
Tabel 4. 11 Kategori <i>KOL Modena</i>	50
Tabel 4. 12 <i>Brand Image Modena</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Informan 1	1
Informan 2	11

