

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.1.1 Manfaat Teoritis	7
1.1.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	9
2.1.2 Kolaborasi <i>Brand</i>	12
2.1.3 Kolaborasi Antara <i>Brand Specs</i> dan Timnas Indonesia.....	13
2.1.4 Kesadaran Merek	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Paradigma Penelitian	28

3.3	Subjek Penelitian	29
3.4	Objek Penelitian	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	29
3.6	Informan Penelitian	30
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	33
3.9.1.	Triangulasi Sumber	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Hasil Penelitian.....	34
4.1.1.	<i>Defining the problem</i>	34
4.1.2.	<i>Planning and programming</i>	37
4.1.3.	<i>Taking Action and Communicating</i>	40
4.1.4.	<i>Evaluating the Program</i>	45
4.2.	Pembahasan	49
4.2.1.	<i>Defining the problem</i>	49
4.2.2.	<i>Planning and programming</i>	53
4.2.3.	<i>Taking action and communication</i>	55
4.2.4.	<i>Evaluating the Program</i>	58
BAB V.....		62
PENUTUP.....		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63
5.2.1	Saran Akademisi	63
5.2.2	Saran Praktisi.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		71