

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	vi
PENGESAHAN TESIS.....	vii
PERNYATAAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1. Maksud Penelitian.....	7
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Teori.....	30
2.2.1. Teori Marketing Public Relation.....	30
2.2.2. Analisis STOP SIT.....	32
2.2.3. Event Sponsorship.....	37
2.2.4. Integrated Marketing Communication.....	39
2.2.5. Brand Image.....	41
2.2.6. Brand Awareness.....	42
2.2.7. Hambatan Komunikasi.....	44
2.3. Kerangka Pemikiran.....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>47</b>
3.1. Objek Penelitian.....	47
3.2. Paradigma Penelitian.....	47
3.3. Metode Penelitian.....	49
3.4. Key Informan.....	51
3.4.1. Informan Utama Penelitian.....	51

3.4.2	Informan Pendukung Penelitian.....	51
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.6	Jenis dan Sumber Data .....	52
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.8	Teknik Analisis Data.....	54
3.9	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	<b>58</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan Emirates Airlines Di Dunia.....	58
4.1.2	Gambaran Umum Perusahaan Emirates Airlines Di Indonesia.....	62
4.1.3	Gambaran Umum Departemen Sales Marketing Perusahaan Emirates Airlines Di Indonesia.....	64
4.1.4	Event Sponsorship Perusahaan Emirates Airlines Terhadap Event Emirates – Arsenal Coaching Clinic di Jakarta Tahun 2013.....	64
4.2	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	67
4.2.1	Informan Utama Penelitian.....	67
4.2.2	Informan Pendukung Penelitian.....	69
4.3	Hasil Penelitian.....	71
4.3.1	Implementasi kerjasama tim branding image melalui event sponsorship Coaching Clinic Emirates-Arsenal di Jakarta Tahun 2013.....	71
4.3.2	Implementasi Penerapan Media Branding Image Melalui Event Sponsorship Coaching Clinic Emirates–Arsenal Di Jakarta Tahun 2013.....	77
4.3.3	Manfaat Implementasi Kerjasama Tim Branding Image Melalui Event Sponsorship Coaching Clinic Emirates-Arsenal Di Jakarta Tahun 2013.....	82
4.3.4	Hambatan Implementasi Kerjasama Tim Branding Image Melalui Event Sponsorship Coaching Clinic Emirates-Arsenal Di Jakarta Tahun 2013.....	87
4.4	Pembahasan.....	89
4.4.1	Implementasi kerjasama tim branding image melalui event sponsorship Coaching Clinic Emirates-Arsenal di Jakarta Tahun 2013.....	89
4.4.2	Implementasi Penerapan Media Branding Image Melalui Event Sponsorship Coaching Clinic Emirates–Arsenal Di Jakarta Tahun 2013.....	95

4.4.3	Manfaat Implementasi Kerjasama Tim Branding Image Melalui Event Sponsorship Coaching Clinic Emirates-Arsenal Di Jakarta Tahun 2013.....	106
4.4.4	Hambatan implementasi kerjasama tim branding image melalui event sponsorship Coaching Clinic Emirates-Arsenal di Jakarta Tahun 2013.....	112
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	117
5.1	Kesimpulan.....	117
5.2	Saran.....	119
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	120
	<b>LAMPIRAN</b> .....	
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	

