

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kebaruan Penelitian.....	8
F. Sistematika Pembagian BAB.....	9
<b>BAB II KOLABORATIF PULL MARKETING PUBLIC RELATIONS, BRAND LOKAL, DAN BRAND AWARENESS.....</b>	<b>11</b>
A. Kerangka Teori.....	11
1. Marketing Public Relations (MPR).....	11
2. Kolaborasi Brand-SMI sebagai Bentuk Pull Strategy Marketing Public Relations.....	18
3. Brand Awareness.....	22
4. Marketing Public Relations untuk Meningkatkan Brand Awareness Brand Lokal.....	25
B. Konseptualisasi.....	27
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>	<b>30</b>
A. Paradigma Penelitian.....	30
B. Metode Penelitian.....	30
C. Objek Penelitian.....	31
D. Informan Penelitian.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Validitas Data.....	40
H. Limitasi Penelitian.....	41
<b>BAB IV PENERAPAN KOLABORATIF PULL MPR MELALUI STRATEGI KOLABORASI USUAL X LIZZIE PARRA UNTUK MENINGKATKAN BRAND</b>	



<b>AWARENESS.....</b>	<b>42</b>
4.1 Penerapan Strategi Pull MPR USUAL Melalui Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra...	42
4.1.1. Perencanaan (Planning) Strategi Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	42
4.1.2. Pelaksanaan (Executing) Strategi Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	49
4.1.3. Evaluasi (Evaluating) Strategi Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	65
4.2 Diskusi Temuan.....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94
Panduan Wawancara.....	94
Transkrip Wawancara.....	105



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Kolaboratif Pull Marketing Public Relations untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Strategi Pull MPR Brand Parfum Lokal USUAL Melalui Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra)**  
AULIA ADISTI AYUNINGTYAS, Dr. Nyarwi Ahmad, S.IP., M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Konseptualisasi Penelitian.....	29
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 The Awareness Pyramid.....	23
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data: Model Interaktif.....	37
Gambar 4.1 Konten Teaser Project Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	52
Gambar 4.2 Konten Teaser Project Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	52
Gambar 4.3 Konten Sneak Peek Project Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	53
Gambar 4.4 Konten Sneak Peek Project Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	54
Gambar 4.5 Konten Project Collaboration Story USUAL x Lizzie Parra.....	55
Gambar 4.6 Konten Edukatif Deskripsi Parfum USUAL x Lizzie Parra.....	56
Gambar 4.7 Konten Pengumuman Perilisan Resmi USUAL x Lizzie Parra.....	56
Gambar 4.8 Konten Project Collaborations Story USUAL x Lizzie Parra.....	57
Gambar 4.9 Konten Project Collaborations Story USUAL x Lizzie Parra.....	58
Gambar 4.10 Konten Edukatif Deskripsi Karakter Parfum USUAL x Lizzie Parra.....	59
Gambar 4.11 Konten Edukatif Deskripsi Notes Parfum USUAL x Lizzie Parra.....	60
Gambar 4.12 Konten Giveaway USUAL x Lizzie Parra.....	60
Gambar 4.13 Konten KOL Review Parfum USUAL x Lizzie Parra.....	61
Gambar 4.14 Unggahan Pribadi Lizzie Parra.....	62
Gambar 4.15 Konten Testimoni Parfum Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	63
Gambar 4.16 Grafik Pertumbuhan Jumlah Pengikut Instagram USUAL.....	69
Gambar 4.17 Pertumbuhan Jumlah Tayangan Konten Instagram USUAL.....	70
Gambar 4.18 Ulasan Beauty Journal Terkait Kolaborasi USUAL x Lizzie Parra.....	71