

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR DIAGRAM	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR SINGKATAN & ISTILAH	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	3
C. Kerangka Konseptual	3
D. Argumen Utama	7
E. Metode Penelitian.....	7
F. Jangkauan Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II NATION BRANDING DAN CITRA POSITIF MELALUI UNIQLO: MODERNITAS & KEINKLUSIFAN JEPANG DI KOMUNITAS INTERNASIONAL	10
A. <i>Nation Branding</i> , Citra, dan Reputasi Jepang sebagai Negara yang Modern dan Inklusif di Komunitas Internasional melalui UNIQLO	10
a. Perjalanan Bisnis UNIQLO Co. Ltd.	10
b. Kesesuaian Bisnis UNIQLO dengan Kepentingan Nasional Jepang di Komunitas Internasional	14
B. Penerimaan Masyarakat Indonesia terhadap UNIQLO sebagai Perusahaan Pakaian asal Jepang	19
BAB III AKSEPTASI MASYARAKAT TERHADAP UNIQLO SEBAGAI REPRESENTASI EKONOMI JEPANG YANG BARU DI INDONESIA	25
A. Aktivitas Utama “ <i>Unlocking the Power of Clothing</i> ” UNIQLO Indonesia	25
a. Praktik Konsep LifeWear di Indonesia	25
b. Praktik The Power of Clothing/ UNIQLO Sustainability	27
B. UNIQLO dan Peluangnya sebagai Representasi Ekonomi Jepang yang Baru di Indonesia	31
a. Kerja Sama UNIQLO dengan Aktor-aktor Indonesia	32
b. Dampak Positif Kekuatan Merek UNIQLO terhadap Dinamika Ekonomi Politik Indonesia	36
C. Penerimaan Masyarakat Indonesia terhadap Upaya UNIQLO dalam Mempromosikan <i>Nation Branding</i> dan Citra Positif Jepang & Kebenaran Peluangnya dalam menjadi Representasi Ekonomi Jepang yang Baru di Indonesia.....	39
BAB IV KESIMPULAN	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	51