

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	6
E.1 Kegunaan Akademis	6
E.2 Kegunaan Teoritis	6
E.3 Kegunaan Praktis	6
F. Landasan Pemikiran	6
F.1 Penelitian Terdahulu	6
F.2 Landasan Teoritis	12
F.3 Landasan Konseptual	23
G. Langkah-langkah Penelitian	25
G.1 Lokasi Penelitian	25
G.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	26
G.3 Metode Penelitian	27
H. Jenis dan Sumber Data	29
H.1 Jenis Data	29

H.2 Sumber Data	29
I. Penentuan Informan	30
I.1 Informan	30
I.2 Teknik Penentuan Informan	30
J. Teknik Pengumpulan Data	31
K. Teknik Analisi Data	33
BAB II KAJIAN PUSTAKA	38
A. Komunikasi	38
A.1 Definisi Komunikasi	38
A.2 Tujuan Komunikasi	39
A.3 Unsur-Unsur Komunikasi	40
B. Strategi	41
B.1 Definisi Strategi	41
B.2 Perumusan Strategi	42
C. Pemasaran	43
C.1 Definisi Pemasaran	43
C.2 Komunikasi Pemasaran	44
C.3 Strategi Pemasaran	47
C.4 Promosi Pemasaran	49
C.5 Strategi Promosi dalam Pemasaran	49
C.6 Strategi Pemasaran Pelanggan	51
D. <i>Integrated Marketing Communication Theory</i>	53
D.1 <i>Event Theory</i>	53
D.2 <i>Direct Marketing Theory</i>	54
D.3 <i>Interactive Marketing Theory</i>	55
D.4 <i>Personal Selling Theory</i>	56
BAB III PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
A.1 Profil Dreezel Coffee	58
A.2 Visi Dreezel Coffee	59
A.3 Misi Dreezel Coffee	59
B. Profil Informan	59
C. Hasil Penelitian	61
C.1 Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Mengadakan <i>Event</i>	61
C.2 Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Melakukan <i>Direct Marketing</i>	67

C.3 Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Melakukan <i>Interactive Marketing</i>	71
C.4 Strategi Marketing Humas Dreezel dalam Melakukan <i>Personal Selling</i> ..	76
D. Pembahasan	80
D.1 Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Mengadakan <i>Event</i>	80
D.2 Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Melakukan <i>Direct Marketing</i>	81
D.3 Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Melakukan <i>Interactive Marketing</i>	83
D.4 Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Melakukan <i>Interactive Marketing</i>	84
BAB IV PENUTUP	87
A. Simpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan model proses komunikasi	14
Gambar 1.2 Proses teknis analisis	37
Gambar 2.1 Bagan model proses komunikasi	46
Gambar 3.1 Dreezel Coffee	59
Gambar 3.2 <i>Event</i> kolaborasi dengan <i>Fakerunner</i>	64
Gambar 3.3 Postingan Instagram Dreezel Coffee	69
Gambar 3.4 Kehangatan di Dreezel Coffee	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Informan	61
Tabel 3.3 Hasil wawancara mengenai “Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Mengadakan <i>Event</i> ”	65
Tabel 3.4 Hasil wawancara mengenai “Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Melakukan <i>Direct Marketing</i> ”	70
Tabel 3.5 Hasil wawancara mengenai “Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam <i>Interactive Marketing</i> ”	74
Tabel 3.6 Hasil wawancara mengenai “Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam <i>Personal Selling</i> ”	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan.....	94
Lampiran 2 Surat Pemeriksaan Plagiarism	95
Lampiran 3 Bukti Lembar Bimbingan I.....	96
Lampiran 4 Bukti Lembar Bimbingan II	97
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara	98
Lampiran 6 Pedoman Wawancara.....	99
Lampiran 7 Profile Informan	101

