



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Driyan Dinaryd Dwi Putra (44213110039)
Program Komunikasi Jakarta *Coffee House* Dalam Membangun Pengetahuan
Tentang Kopi Di Indonesia
Jumlah halaman : v + 96 Halaman + 20 Lampiran
Bibliografi: 31 Acuan Tahun 1981-2009

ABSTRAK

Jakarta *Coffee House* merupakan sebuah *CoffeeShop* yang memiliki tujuan memberikan Pengetahuan tentang kopi lokal. Dengan adanya “Program Komunikasi Dalam Membangun Pengetahuan Tentang Kopi Di Indonesia” ini diharapkan masyarakat memiliki pengetahuan tentang kopi lokal indonesia. Jakarta *Coffee House* telah melakukan sebuah transformasi yang pada saat ini bertujuan membangun pemahaman terhadap masyarakat yang belum memahami potensi kopi lokal. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mempelajari mengenai bagaimana Program Komunikasi Jakarta *Coffee House* dalam membangun pengetahuan tentang kopi di Indonesia.

Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep teori yang disampaikan oleh Scott.M.Cutlip, yaitu Langkah-langkah Perencanaan Program Komunikasi diantaranya : menganalisis masalah, menganalisis khalayak, merumuskan objective/tujuan spesifik, memilih media atas saluran komunikasi, mengembangkan pesan, merencanakan produksi media atas saluran komunikasi, mengembangkan pesan, merencanakan produksi media, merencanakan manajemen, merencanakan monitoring dan evaluasi. Selain itu, melalui studi kepustakaan dan dokumentasi. Data dianalisa menggunakan teknik triangulasi yaitu pemeriksaan keabsahan data sebagai pembanding terhadap data tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Evaluasi dengan pendekatan kualitatif sebagai salah satu pilihan melalui wawancara terstruktur dan data-data pendukung lainnya, seperti data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah triangulasi.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program komunikasi yang dijalankan Jakarta *Coffee House* dengan langkah-langkah perencanaan program komunikasi yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam hal ini hanya perlu diberikan pemahaman kepada masyarakat luas untuk membangun petahuan tentang kopi di indonesia .

Kata Kunci : Program Komunikasi



University of Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Driyan Dinaryd Dwi Putra (44213110039)
Communication Program Jakarta Coffee House In Developing Knowledge About Coffee In Indonesia
Number of pages: v + 96 Pages + 20 Attachments
Bibliography: 31 References 1981-2009

ABSTRACT

Jakarta Coffee House is a CoffeeShop that has the purpose of providing Knowledge of local coffee. With the "Communication Program In Building Knowledge About Coffee In Indonesia" is expected to have knowledge of local Indonesian coffee community. Jakarta Coffee House has undertaken a transformation that is currently aimed at building an understanding of people who do not yet understand the potential of local coffee. The purpose of this research is to know and learn about how Communication Program Jakarta Coffee House in building knowledge about coffee in Indonesia.

The concept of research used refers to the theoretical concepts presented by Scott.M.Cutlip, the Steps of Planning Program Communications include: analyze the problem, analyze the audience, formulate objectives / specific objectives, choose the media on communication channels, develop messages, over communications channels, developing messages, planning media production, planning management, planning monitoring and evaluation. In addition, through literature study and documentation. The data were analyzed using triangulation technique that is checking the validity of the data as a comparison against the data.

The research method used is Evaluation method with qualitative approach as one of option through structured interview and other supporting data, such as data obtained in this research sourced from primary and secondary data. While the data analysis technique used by researchers is triangulation.

From the results of this study shows that the communication program run by Jakarta Coffee House with the steps of communication program planning that has been done before. In this case only need to be given understanding to the public to build a coffee about coffee in Indonesia.

Keywords: *Communication Program*