

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG PUBLIKASI ILMIAH	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Pengertian Komunikasi	20
2.2.1. Fungsi Komunikasi	21
2.2.2. Tujuan Komunikasi.....	22
2.3. <i>Public Relations</i>	22
2.4. <i>Marketing Public Relations</i>	22
2.4.1. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	26

2.4.2. Peran <i>Marketing Public Relations</i>	31
2.4.3. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	32
2.5. <i>Brand</i>	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Paradigma Penelitian.....	38
3.2. Tipe Penelitian	39
3.3. Metodologi Penelitian	41
3.4. Sumber Penelitian	42
3.4.1. <i>Key Informan</i>	42
3.4.2. <i>Informan</i>	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1. Data Primer	46
3.5.2. Data Sekunder.....	46
3.6. Teknik Analisis Data.....	46
3.7. Teknik Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Umum Kopi Toku.....	49
4.1.2 Visi dan Misi Kopi Toku	50
4.1.2.1 Visi	50
4.1.2.2 Misi.....	50
4.1.3 Logo dan Makna Logo.....	51
4.1.4 Struktur Organisasi Kopi Toku.....	52
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Implementasi <i>Pass Strategy</i> (Strategi Mempengaruhi)	54

4.2.2 Implementasi <i>Push Strategy</i> (Strategi Mendorong).....	68
4.2.3 Implementasi <i>Pull Strategy</i> (Strategi Menarik)	74
4.2.4 Kendala yang di hadapi	79
4.3 Pembahasan.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran Akademis	87
5.2.2 Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

