

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG | |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI | |
| KATA PENGANTAR..... | i |
| ABSTRAK..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | vii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 7 |
| 1.3 Identifikasi Masalah | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 9 |
| 2.2 Corporate Communications | 13 |
| 2.2.1 Pengertian Corporate Communications | 13 |
| 2.2.2 Hubungan Internal dan Eksternal | 15 |
| 2.3 Komunikasi | 17 |
| 2.3.1 Pengertian Komunikasi | 17 |
| 2.3.2 Peran dan Fungsi Komunikasi | 19 |
| 2.4 Public Relations..... | 21 |
| 2.4.1 Pengertian Public Relations..... | 21 |
| 2.4.2 Tugas dan Peran Public Relations | 24 |
| 2.5 Marketing Public Relations..... | 28 |
| 2.5.1 Faktor Pendorong, Manfaat dan Peran MPR..... | 29 |
| 2.5.2 Peranan MPR..... | 32 |
| 2.6 Customer Relations | 34 |
| 2.6.1 Definisi Customer Relations..... | 34 |
| 2.6.2 Dimensi Customer Relations | 38 |
| 2.7 Brand Awareness | 44 |
| 2.8 Brand Activation | 46 |
| 2.8.1 Bentuk – Bentuk Brand Activation | 48 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 50 |
| 3.2 Tipe Penelitian..... | 52 |
| 3.3 Metodologi Penelitian..... | 53 |
| 3.4 Subjek Penelitian | 54 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 56 |
| 3.4.1 Data Primer..... | 56 |

| | |
|---------------------------------|----|
| 3.4.2 Data Sekunder..... | 56 |
| 3.6 Teknik Analisa Data | 57 |
| 3.7 Teknik Keabsahan Data | 58 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... | 60 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 60 |
| 4.1.2 Visi dan Misi | 62 |
| 4.1.3 Logo Perusahaan..... | 63 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi Starbucks Coffee Melawai | 65 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 66 |
| 4.2.1 Perencanaan Aktivitas Customer Relations untuk membangun Produk Brand Awareness..... | 68 |
| 4.2.2 Bentuk kegiatan Aktivitas Customer Relations untuk membangun Produk Brand Awareness..... | 73 |
| 4.2.3 Program Coffee Talk untuk membangun Brand Awareness terhadap produk Starbucks..... | 75 |
| 4.3 Pembahasan..... | 85 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 95 |
| 5.2 Saran | 96 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 96 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 96 |

DAFTAR PUSTAKA.....98

LAMPIRAN

