

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRISPI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Komunikasi	13
4.2.1 Komunikasi Organisasi	18
2.2.1 Komunikasi Interpersonal	20
2.3 Strategi Komunikasi	23
2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi	23
2.3.2 Tahap Strategi Komunikasi	27
2.4 Customer Relations	30
2.3.1 Manfaat Customer Relations	34
2.5 Brand Awareness	34
2.5.1 Pengertian Branding	34

2.5.2	Strategi peningkatan <i>Brand awareness</i>	38
2.6	<i>Stakeholder</i>	39
BAB III	42
METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Paradigma Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian	43
3.3	Subyek Penelitian	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1	Data Primer	47
3.4.2	Data Sekunder	50
3.5	Teknik Analisis Data	51
3.5.1	Pengumpulan Data.....	52
3.6	Teknik Keabsahan Data	54
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1	Sejarah Ohana Enterprise.....	57
4.1.2	Profil Ohana Enterprise	57
4.1.3	Tentang Produk.....	58
4.1.4	Logo Perusahaan	62
4.1.5	Struktur Organisasi	62
4.2	Hasil Penelitian	63
4.2.1	Strategi <i>Cusomer Relations</i>	64
4.2.2	<i>Customer Relations</i>	71
4.2.3	<i>Brand Awareness</i>	75
4.3	Pembahasan	79
4.3.1	Strategi Komunikasi <i>Customer Relations</i>	81
4.3.2	<i>Customer Relations</i>	90
4.3.3	<i>Brand Awareness</i>	92
BAB V	97

KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 KESIMPULAN	97
5.2 SARAN	102
5.2.1 Saran Akademis	102
5.2.2 Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	107

