

## DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan dan Kegunaan Peneltian .....	10
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.2.1. Kegunaan Teoretis.....	11
1.4.2.2. Kegunaan Praktis.....	12
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Literasi.....	13
2.1.1 Review Penelitian Sejenis .....	13
2.2 Kerangka Konseptual.....	19
2.2.1 Komunikasi .....	19
2.2.1.1. Definisi Komunikasi.....	19
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	21
2.2.1.3. Tujuan Komunikasi .....	23
2.2.1.4. Tipe Komunikasi .....	24
2.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	25
2.2.2.1. Definisi Komunikasi Pemasaran .....	25
2.2.2.2 Proses Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2.2.4. Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	30
2.2.2.5. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	31
2.2.3. Strategi Komunikasi.....	33
2.2.3.1 Definisi Strategi Komunikasi .....	33
2.2.3.2. Fungsi Strategi Komunikasi .....	34
2.2.3.3. Tujuan Strategi Komunikasi.....	35

2.3 Kerangka Teoretis.....	36
2.3.3 Integrated Marketing Communication (IMC).....	36
2.3.1.1 Pengertian Integrated Marketing Communication (IMC) .....	36
2.3.1.2 Komponen Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) .....	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III .....	49
SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI .....	49
3.1 Subjek Penelitian .....	49
3.2 Objek Penelitian.....	50
3.2.1 Profile Vanlet Coffe .....	51
3.2.2 Visi Vanlet Coffe .....	52
3.2.3 Misi Vanlet Coffe.....	53
3.2.4 Makna Logo Vanlet.....	53
3.2.5 Sejarah Vanlet Coffe .....	54
3.2.6 Tujuan Vanlet Coffe.....	55
3.3 Metode Penelitian .....	55
3.4 Desain atau Paradigma Penelitian.....	56
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	58
3.6 Rancangan Analisis Data .....	60
3.7 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian .....	62
3.8 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan Dengan Subjek Penelitian .....	63
3.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	64
3.9.1 Lokasi Penelitian .....	64
3.9.2 Jadwal Penelitian.....	65
BAB IV .....	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	66
4.1 Deskripsi Informan .....	67
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Mengenai Strategi Advertising di Vanlet Coffe.....	72
4.2.2 Mengenai Strtegi Public Relation di Vanlet Coffe.....	78
4.2.3 Mengenai Strategi Event Sponsorship di Vanlet Coffe .....	85

4.2.4 Mengenai Strategi Sales Promotion di Vanlet Coffee .....	89
4.2.5 Mengenai Strategi Personal Selling di Vanlet Coffe .....	95
4.3 Hasil Pembahasan .....	102
4.3.1 Mengenai Strategi Advertising di Vanlet Coffee .....	103
4.3.2 Mengenai Strategi Public Relation di Vanlet Coffee .....	105
4.3.3 Mengenai Strategi Event Sponsorship di Vanlet Coffee.....	106
4.3.4 Mengenai Strategi Sales Promotion di Vanlet Coffee .....	107
4.3.5 Mengenai Strategi Personal Selling di Vanlet Coffee.....	107
BAB V .....	110
KESIMPULAN DAN SARAN .....	110
5.1 Kesimpulan .....	110
5.2 Saran .....	112
DAFTAR PUSTAKA .....	113