

SUMMARY

STRATEGI KOMUNIKASI LOGO BARU STARBUCKS KEPADA MASYARAKAT INDONESIA

Created by Rudi Saputra

Subject : STRATEGI KOMUNIKASI LOGO BARU STARBUCKS
KEPADA MASYARAKAT INDONESIA

Subject Alt : STRATEGI KOMUNIKASI LOGO BARU STARBUCKS
KEPADA MASYARAKAT INDONESIA

Keyword : STRATEGI KOMUNIKASI LOGO BARU STARBUCKS
KEPADA MASYARAKAT INDONESIA

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi Starbucks Indonesia dalam mengkomunikasikan logo barunya. Penelitian ini dilaksanakan di Pusat Starbucks Indonesia yang beralamat di Jl. Jend Sudirman Wisma BNI 46 Lt.7 Jakarta Pusat. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa strategi komunikasi Starbucks memiliki peranan penting dalam mengkomunikasikan logo barunya yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, karena dengan adanya strategi komunikasi Starbucks Indonesia yang tepat dan baik, dapat membantu Starbucks itu sendiri dalam memberikan informasi, karena telah memiliki konsep yang dapat mempermudah dalam pelaksanaan strategi komunikasi dan tercipta hubungan yang baik pula dengan konsumen. Dari keseluruhan hasil data penelitian, Strategi Komunikasi Starbucks Indonesia dalam mengkomunikasikan logo barunya, pada hasil wawancara dengan 1 orang key informan (Kepala Marketing – Romi Jones) dan 6 orang informan (2 orang dari Marketing , 2 orang Learning and Development dan 2 orang dari district manager), maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Starbucks Indonesia adalah strategi komunikasi Starbucks yang mengenal baik para komunikannya (konsumennya) dari berbagai aspek karakteristik yang dimiliki target komunikan. Strategi komunikasi Starbucks Indonesia. Starbucks Indonesia harus dapat memilih strategi komunikasi penyampaian pesan kepada seluruh konsumennya. Strategi tersebut dapat diwujudkan melalui pesan persuasif dan informatif yang dilakukan oleh Starbucks Indonesia kepada konsumennya agar konsumen tahu dan mengerti logo barunya, Strategi komunikasi Starbucks harus memiliki kredibilitas yang dapat dipercaya, sehingga membuat konsumen dapat mengerti dan memahaminya.

Date Create : 11/12/2013

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2005-51-078

Collection : 2005-51-078

Source : Perpustakaan Esa Unggul

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : Copyright @2013 by UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor