

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PERSEMBAHAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Strategi	8
2.1.1 Bentuk – Bentuk Strategi	10
2.2 Strategi Komunikasi	12
2.2.1 Fungsi Strategi Komunikasi	14
2.2.2 Bentuk – Bentuk Strategi Komunikasi	16
2.2.3 Faktor – Faktor Dalam Strategi Komunikasi	18
2.2.4 Langkah – Langkah Dalam Strategi Komunikasi	20
2.3 Logo	25
2.3.1 Bentuk – Bentuk Logo	26
2.3.2 Elemen Logo	28
2.3.3 Semiotika dan Logo	29
2.4 Operasionalisasi Konsep	32
2.5 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	39
3.3 Informan dan Key Informan	40
3.3.1 Infroman	40
3.3.2 Key Informan	41
3.4 Instrumen Penelitian	42

3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Validitas dan Reliabilitas Kualitatif	48
3.6 Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN	52
4.1 Subjek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Singkat Tentang Starbucks	52
4.1.2 Sejarah Logo Starbucks	57
4.1.3 Sejarah Perubahan Logo	59
4.1.4 Identitas Significant others (Informan dan Key-Informan)	61
4.2 Strategi	63
4.2.1 Strategi Komunikasi	66
4.2.2 Langkah-langkah Strategi Komunikasi Starbucks Indonesia	69
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP