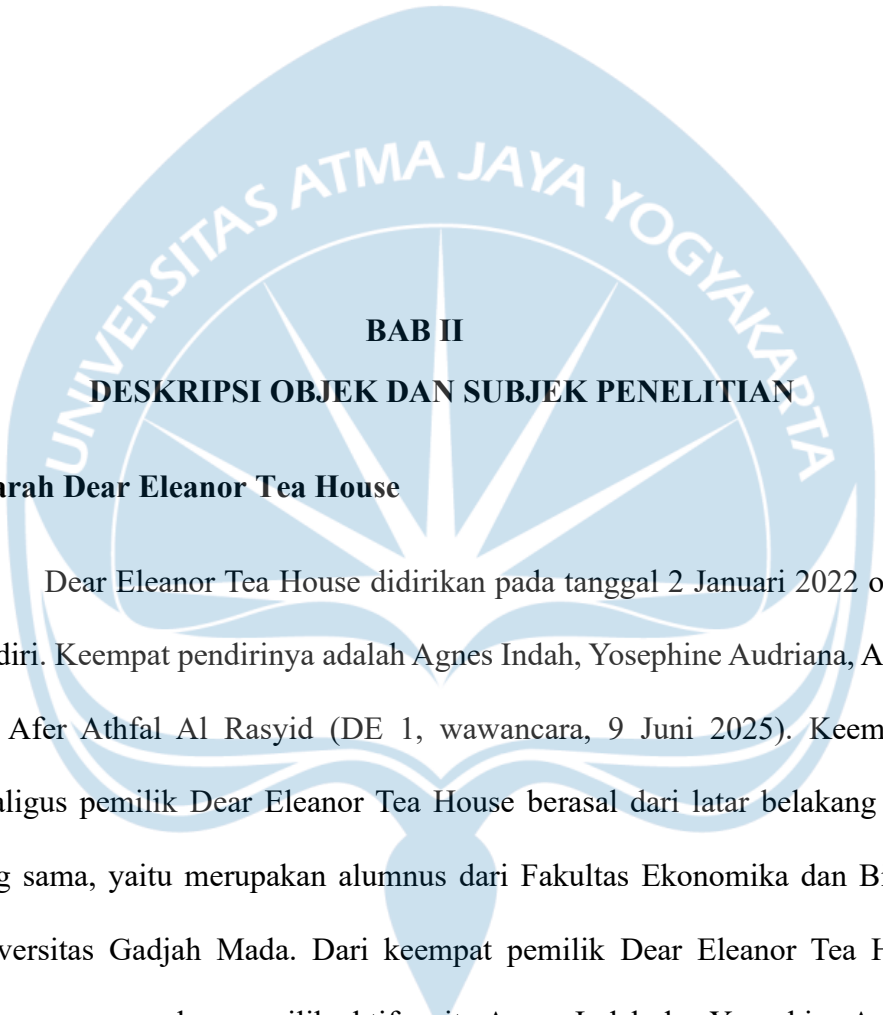


The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark in the background. It features a circular emblem with a sunburst or star-like pattern in the center. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a circular path around the emblem.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Dear Eleanor Tea House

Dear Eleanor Tea House didirikan pada tanggal 2 Januari 2022 oleh 4 orang pendiri. Keempat pendirinya adalah Agnes Indah, Yosephine Audriana, Aulia Hastin, dan Afer Athfal Al Rasyid (DE 1, wawancara, 9 Juni 2025). Keempat pendiri sekaligus pemilik Dear Eleanor Tea House berasal dari latar belakang pendidikan yang sama, yaitu merupakan alumnus dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Gadjah Mada. Dari keempat pemilik Dear Eleanor Tea House, 2 di antaranya merupakan pemilik aktif, yaitu Agnes Indah dan Yosephine Audriana (DE 1, wawancara, 9 Juni 2025).

Gambar 2.1 Logo Dear Eleanor Tea House

Sumber: Dokumen Perusahaan



Kedua pemilik aktif dari Dear Eleanor Tea House yaitu Agnes Indah dan Yosephine Audriana mendapatkan ide untuk memulai usaha kedai teh setelah melihat adanya perubahan gaya hidup di masyarakat pasca wabah Covid-19 melanda. Selain itu, Agnes dan Yosephine melihat adanya peluang untuk membuka usaha yang secara khusus menjual teh di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilengkapi dengan kecintaan terhadap teh yang dimiliki oleh keduanya, maka tercetuslah ide untuk memulai usaha kedai teh di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nama Dear Eleanor Tea House (DE 1, wawancara, 9 Juni 2025).

B. Profil Dear Eleanor Tea House

Dear Eleanor Tea House adalah sebuah kedai teh yang terdaftar sebagai CV Dear Eleanor Indonesia dan berlokasi di Jalan Cenderawasih No. 3, Mrican, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak didirikan pada tahun 2022, Dear Eleanor Tea House memiliki tujuan untuk menjadi sebuah tempat yang dituju untuk berkumpul dan bercengkerama dengan relasi sambil menikmati sajian teh dan kudapan ringan ala Eropa (DE 1, wawancara, 9 Juni 2025). Hal ini sejalan dengan visi yang dimiliki Dear Eleanor Tea House, yaitu untuk menjadikan kegiatan meminum teh menjadi gaya hidup sehari-hari, serta misi

untuk memperkenalkan teh lebih luas ke masyarakat Indonesia (DE 1, wawancara, 9 Juni 2025).

Nama perusahaan Dear Eleanor Tea House diambil dari nama salah seorang Ratu Inggris yaitu Ratu Eleanor. Nama tersebut dipilih karena Ratu Eleanor memiliki nilai hidup yang sejalan dengan nilai yang ingin dibawa oleh Dear Eleanor Tea House, yaitu untuk menjadi sumber kemakmuran bagi banyak orang di sekitar. Pemilihan logo perusahaan pun bermakna tulisan “Dear Eleanor” serta gambar sebuah cangkir teh. Hal ini merupakan gambaran dari harapan Dear Eleanor agar produk tehnya bisa menjadi bagian dari budaya meminum teh masyarakat Indonesia (DE 1, wawancara, 9 Juni 2025).

Sejalan dengan konsep yang dimiliki, Dear Eleanor Tea House pun secara rutin mengadakan berbagai macam acara dengan tujuan untuk mengenalkan pengalaman meminum teh yang berkualitas sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari. Berdasarkan observasi penulis pada akun Instagram Dear Eleanor Tea House, ditemukan bahwa dalam rentang waktu bulan April 2024 hingga bulan Mei 2025, Dear Eleanor Tea House telah menyelenggarakan 17 acara (@dear.eleanortea, 2025). Namun dalam konteks penelitian ini, objek penelitian dibatasi pada 4 acara yang telah ditentukan oleh penulis. Pemilihan keempat acara tersebut didasari oleh pertimbangan bahwa Dear Eleanor Tea House memiliki beberapa acara dengan jenis yang sama, hanya saja menggunakan tema yang berbeda. Sehingga, penulis mengelompokkan acara-acara Dear Eleanor Tea House berdasarkan jenisnya, yaitu:

1. Tea Workshop Event, terdiri dari 2 macam acara yaitu Tea Tasting Workshop dan Tea Blending Workshop. Tea Tasting Workshop merupakan sebuah acara yang mengajak konsumen Dear Eleanor Tea House untuk mencoba beragam varian teh dari koleksi Dear Eleanor Tea House. Sementara Tea Blending Workshop adalah sebuah acara yang mengajak konsumen Dear Eleanor Tea House untuk membuat racikan teh sesuai kreasi dan preferensi masing-masing.
2. Collaboration Event, yaitu jenis acara yang merupakan hasil kolaborasi dengan *brand* lain. Jenis acara ini juga dapat berupa acara Tea Workshop Event.
3. Anniversary Event, yaitu acara perayaan ulang tahun Dear Eleanor Tea House yang diselenggarakan setiap tahun sejak tahun 2023.
4. Live Experience Event, yaitu jenis acara yang mengajak konsumen Dear Eleanor Tea House untuk merasakan sebuah pengalaman tertentu secara langsung.

C. Event Marketing Communication Dear Eleanor Tea House

Perencanaan dan pelaksanaan *event marketing communication* Dear Eleanor Tea House merupakan tanggung jawab dari beberapa pihak. Secara umum, tim yang terlibat dalam perencanaan hingga pelaksanaan *event marketing communication* terdiri dari seorang *supervisor*, tim *marketing* untuk membuat materi visual dan komunikasi publik, tim operasional untuk menyiapkan kebutuhan teknis acara, dan kolaborator eksternal pada acara yang merupakan kolaborasi (DE 2, wawancara, 9 Juni 2025). *Event marketing communication* yang diselenggarakan oleh Dear Eleanor

Tea House terdiri dari beberapa ragam, dimana penentuan konsep dan format acara akan disesuaikan dengan ide dan tujuan utama dari acara tersebut.

Untuk mengetahui aktivitas *event marketing communication* yang dilakukan oleh Dear Eleanor Tea House, maka DE 1 sebagai salah satu pendiri dan pemilik aktif yang bertanggung jawab atas hal bisnis dan produk Dear Eleanor Tea House akan menjadi narasumber untuk penelitian ini. Kemudian untuk mengetahui perencanaan *event marketing communication* Dear Eleanor Tea House, peneliti akan mewawancarai DE 2 selaku salah satu pendiri dan pemilik aktif yang bertanggung jawab atas *marketing* Dear Eleanor Tea House. Lalu peneliti juga akan mewawancarai DE 3 selaku salah satu *tea brewer* Dear Eleanor Tea House yang kerap kali bertugas sebagai tim operasional pada pelaksanaan *event marketing communication* Dear Eleanor Tea House.