

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRAK.....	ii
RINGKESAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	6
1.2.1 Fokus Penelitian.....	6
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	9
2.1.2 Kerangka Konseptual.....	15

2.1.2.1	Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2.1.1	Definisi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2.1.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran	17
2.1.2.1.3	Model Komunikasi Pemasaran	19
2.1.2.1.4	Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.1.2.2	Promosi	27
2.1.2.2.1	Definisi Promosi	27
2.1.2.2.2	Tujuan Promosi.....	29
2.1.2.3	Media Sosial	31
2.1.2.3.1	Definisi Media Sosial.....	31
2.1.2.3.2	Karakteristik Media Sosial.....	32
2.1.2.4	Instagram	35
2.1.2.4.1	Definisi Instagram	35
2.1.2.4.2	Fitur- Fitur Instagram.....	36
2.1.3	Kerangka Teoritis	39
2.1.3.1	Integrated Marketing Communication.....	39
2.1.3.2	Bentuk Integrated Marketing Communication	42
2.2	Kerangka Pemikiran	44
BAB III SUBJEK OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....		46
3.1	Subjek Penelitian	47
3.2	Objek Penelitian	53
3.2.1	Deskripsi Cafe Nyusu Doeloe.....	54
3.3	Metodologi Penelitian	56
3.3.1	Desain/Paradigma Penelitian	58
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	59

3.3.3 Rancangan Analisis Data	62
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	65
3.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	67
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	70
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	70
3.5.2 Jadwal Penelitian	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil Penelitian.....	71
4.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Periklanan Cafe Nyusu Doeloe.....	73
4.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Promosi Penjualan Cafe Nyusu Doeloe	86
4.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Humas dan Publisitas Cafe Nyusu Doeloe	98
4.1.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Acara dan Sponsor Cafe Nyusu Doeloe	112
4.2 Pembahasan	126
4.2.1 Periklanan yang dilakukan Cafe Nyusu Doeloe	127
4.2.2 Promosi Penjualan yang dilakukan Cafe Nyusu Doeloe	130
4.2.3 Humas dan Publisitas yang dilakukan Cafe Nyusu Doeloe.....	132
4.2.4 Acara dan Sponsor yang dilakukan Cafe Nyusu Doeloe	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	141
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	149

DAFTAR TABEL

2.1 Review Penelitian Sejenis	13
3.1 Daftar Informan.....	51
3.2 Jadwal Penelitian.....	70
4.1 Tabulasi Periklanan Cafe Nyusu Doeloe	80
4.2 Tabulasi Promosi Penjualan Cafe Nyusu Doeloe	93
4.3 Tabulasi Humas dan Publisitas Konten Cafe Nyusu Doeloe	106
4.4 Tabulasi Acara dan Sponsor Cafe Nyusu Doeloe	120

DAFTAR GAMBAR

1.1 Data Pengguna Media Sosial 2021	5
3.1 Logo Cafe Nyusu Doeloe.....	55
3.2 Postingan Menu Cafe Nyusu Doeloe	55
3.3 Akun Instagram Cafe Nyusu Doeloe	56
4.1 Periklanan Cafe Nyusu Doeloe	130
4.2 Promosi Penjualan Cafe Nyusu Doeloe	132
4.3 Humas dan Publisitas Cafe Nyusu Doeloe	135
4.4 Humas dan Publisitas Cafe Nyusu Doeloe	136
4.5 Acara dan Sponsor Cafe Nyusu Doeloe.....	139

DAFTAR BAGAN

2.1 Model Komunikasi Pemasaran Tjiptono (2008).....	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
3.1 Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	149
Lampiran 2 Surat Penelitian.....	151
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan Inti	152
Lampiran 4 Pedoman Wawancara Informan Akademisi	155
Lampiran 5 Pedoman Wawancara Informan Pendukung.....	157
Lampiran 6 Dokumentasi Informan Inti (Pemilik)	159
Lampiran 7 Dokumentasi Informan Inti (Bagian Pemasaran)	160
Lampiran 8 Dokumentasi Informan Akademisi.....	161
Lampiran 9 Dokumentasi Informan Pendukung	162