

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Konteks Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	8
1.2.1 Fokus Penelitian.....	8
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	11
2.1.2 Kerangka Konseptual.....	16
2.1.2.1 Komunikasi.....	17
2.1.2.2 Pemasaran.....	21

2.1.2.3	Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.2.4	Strategi Komunikasi.....	26
2.1.3	Kerangka Teoritis	27
2.1.3.1	<i>Integrated Marketing Communication Theory</i>	27
2.1.3.2	Strategi Komunikasi Pemasaran	30
2.2	Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Subjek Penelitian	38
3.2	Objek Penelitian.....	40
3.3	Metodologi Penelitian	42
3.3.1	Paradigma Penelitian	43
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data	45
3.3.3	Rancangan Analisis Data.....	47
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	50
3.4	Buka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	52
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	53
3.5.1	Lokasi Penelitian	53
3.5.2	Jadwal Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Gambaran Umum Informan.....	55
4.1.2	Pemilihan Komunikator Blue Doors Coffee	58
4.1.3	Penetapan Target Sasaran Blue Doors Coffee.....	67
4.1.4	Teknik Menyusun Pesan Blue Doors Coffee	73
4.1.5	Media Yang Digunakan Blue Doors Coffee.....	78

4.1.6	Efek Yang Dihasilkan Terhadap Blue Doors Coffee	82
4.2	Pembahasan.....	88
4.2.1	Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>) Pada Blue Doors Coffee.....	88
4.2.2	Strategi Komunikasi Pemasaran Blue Doors Coffee.....	90
4.2.2.1	Pemilihan Komunikator Blue Doors Coffee.....	92
4.2.2.2	Penetapan Target Sasaran Blue Doors Coffee	94
4.2.2.3	Teknik Menyusun Pesan Blue Doors Coffee.....	95
4.2.2.4	Media Yang Digunakan Blue Doors Coffee	97
4.2.2.5	Efek Yang Dihasilkan Terhadap Blue Doors Coffee.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN-LAMPIRAN		104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Blue Doors Coffee Bandung, Alkateri	7
Tabel 2.1	Review Penelitian Sejenis.....	15
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	54
Tabel 4.1	Gambaran Umum Informan.....	57
Tabel 4.2	Hasil Wawancara Mengenai Pemilihan Komunikator Blue Doors	63
Tabel 4.3	Hasil Wawancara mengenai Target Sasaran Blue Doors	70
Tabel 4.4	Hasil Wawancara mengenai Teknik Menyusun Pesan Blue Doors.....	76

Tabel 4.5 Hasil Wawancara mengenai Media Blue Doors 81

Tabel 4.6 Hasil Wawancara Penelitian mengenai Efek Yang Dihasilkan Melalui Media Sosial

..... 86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	4
Gambar 1.2 Blue Doors Coffee Alkateri, Bandung	5
Gambar 1.3 Daftar Menu Blue Doors Coffee Bandung	6
Gambar 2.1 Bagan Model Proses Komunikasi	24
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 Tampak Luar Blue Doors Coffee	41
Gambar 3.2 Interior Ruangan Blue Doors Coffee	41
Gambar 3.3 Model Analisis Miles dan Huberman	50
Gambar 4.1 kolaborasi blue doors coffee dengan hijack dan bodas dessert.....	89

