

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
RINGKESAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah .....	6
1.2.1 Fokus Penelitian.....	6
1.2.2 Pernyataan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	9
2.1 Kajian Literatur .....	9
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	9
2.2 Kerangka Konseptual .....	13
2.2.1 Komunikasi.....	13
2.2.2 Pemasaran/Marketing .....	27
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	28
2.2.4 Media Sosial .....	39
2.2.5 Instagram .....	47
2.2.6 Bento Kopi.....	56
2.3 Kerangka Teoritis .....	57

2.3.1 The Circular Model Of SOME .....	57
2.4 Kerangka Pemikiran.....	61
BAB III .....	63
SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI .....	63
3.1 Subjek, Objek dan Metodologi .....	63
3.1.1 Subjek Penelitian .....	63
3.1.2 Objek Penelitian.....	64
3.1.3 Metodologi Penelitian.....	65
3.2 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian .....	70
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	70
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	70
3.3.2 Jadwal Penelitian .....	71
BAB IV .....	72
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	72
4.1 Hasil Penelitian .....	72
4.1.1 Hasil Penelitian Mengenai Share .....	72
4.1.2 Hasil Penelitian Mengenai Optimize .....	78
4.1.3 Hasil Penelitian Mengenai Manage .....	81
4.1.4 Hasil Penelitian Mengenai Engage .....	85
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	88
4.2.1 Pembahasan Strategi Mengenai Share .....	89
4.2.2 Pembahasan Strategi Mengenai Optimize .....	91
4.2.3 Pembahasan Strategi Mengenai Manage .....	92
4.2.4. Pembahasan Strategi Mengenai Engage .....	94
BAB V.....	96
SIMPULAN DAN SARAN .....	96
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN.....	100