

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>RINGKESAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian .....	10
1.2.1 Fokus Penelitian .....	10
1.2.2 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Teoritis.....	12
1.3.3 Kegunaan Praktis .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>15</b>
2.1 Kajian Literatur .....	15
2.1.1 Review Penelitian Sejenis .....	15
2.2 Kerangka Konseptual .....	25
2.2.1 Komunikasi .....	25
2.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	31
2.2.3 Manajemen Komunikasi Pemasaran .....	47
2.2.4 <i>Food and Beverages</i> .....	51
2.2.5 Identitas Budaya.....	52
2.3 Kerangka Teoritis .....	54
2.3.1 <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	54
2.3.2 Model <i>Corporate Marketing</i> .....	56
2.4 Kerangka Pemikiran.....	60

<b>BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI .....</b>	<b>64</b>
3.1 Subjek dan Objek Penelitian .....	64
3.1.1 Subjek Penelitian.....	64
3.1.2 Objek Penelitian .....	68
3.2 Metodologi Penelitian .....	69
3.2.1 Metode Penelitian.....	69
3.2.2 Paradigma Penelitian.....	70
3.2.3 Prosedur Pengumpulan Data .....	72
3.2.4 Rancangan Analisis Data .....	76
3.2.5 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	79
3.2.6 Triangulasi Data .....	81
3.3 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan .....	83
3.4 Etika Penelitian .....	84
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	84
3.5.1 Lokasi Penelitian .....	84
3.5.2 Jadwal Penelitian.....	85
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>87</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	87
4.1.1 Analisis Hasil .....	88
4.2 Pembahasan.....	131
4.2.1 <i>Character</i> Pada Manajemen Komunikasi Pemasaran Jabarano Coffee	133
4.2.2 <i>Culture</i> Pada Manajemen Komunikasi Pemasaran Jabarano Coffee .	135
4.2.3 <i>Communication</i> Pada Manajemen Komunikasi Pemasaran Jabarano Coffee.....	136
4.2.4 <i>Conceptualization</i> Pada Manajemen Komunikasi Pemasaran Jabarano Coffee.....	139
4.2.5 <i>Constituencies</i> Pada Manajemen Komunikasi Pemasaran Jabarano Coffee.....	142
4.2.6 <i>Covenant</i> Pada Manajemen Komunikasi Pemasaran Jabarano Coffee .....	146
4.2.7 Proses Pembentukan Identitas Jabarano Coffee Sebagai Identitas Budaya Jawa Barat .....	147
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>151</b>
5.1 Kesimpulan .....	151
5.2 Saran.....	154

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>160</b>