

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1 Kajian Literatur.....	17
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	17
2.2 Kerangka Konseptual	27
2.2.1 Komunikasi.....	28
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	30
2.2.3 Strategi	38
2.2.3 Strategi Komunikasi	47
2.2.5 Minat Konsumen.....	49
2.3 Kerangka Teoritis.....	53
2.3.1 Teori Integrated Marketing Communications (IMC)	53
2.4 Kerangka Pemikiran.....	57
SUBJEK, OBJEK, METODE PENELITIAN	61
3.1 Subjek Penelitian	61
3.2 Objek Penelitian	63
3.3 Metode Penelitian	64
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian.....	65
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	67
3.3.3 Rancangan Analisis Data	68
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	72
3.3.5 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian	73
3.4 Lokasi Penelitian.....	75
3.5 Jadwal Penelitian.....	75

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Hasil Penelitian.....	76
4.1.1 Analisis Hasil.....	77
4.2 Pembahasan.....	117
KESIMPULAN DAN SARAN	137
5.1 Kesimpulan	137
5.2 Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Fotobox yang ada di Kota Bandung.....	3
Gambar 1. 2 Profile akun instagram fotosnaps dan berbagai foto produk Fotosnap	6
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	60
Gambar 3. 1 Rancangan Analisis Data Menurut Miles dan Huberman	69
Gambar 4. 1 Display Produk Fotosnaps Sebagai Media Visual Di Outlet	120
Gambar 4. 2 Media Visual Pada Area Outlet Fotosnaps	123
Gambar 4. 3 Display Produk Dan Materi Visual Fotosnaps Di Outlet.....	123
Gambar 4. 4 Fotosnaps Dalam Komunikasi Dengan Konsumen Pada Malam Hari	126
Gambar 4. 5 Dokumentasi Produk Dan Pengalaman Konsumen Fotosnaps	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Merek-Merek Photooboth yang terkenal dan tersebar di Kota Bandung.....	4
Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis	21
Tabel 3. 1 Gambaran Umum Informan	62
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	75
Tabel 4. 1 Tabulasi Advertising Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Fotobox Photosnaps	81
Tabel 4. 2 Tabulasi Sales Promotion Pada Strategi Komunikasi Pemasaran	87
Tabel 4. 3 Tabulasi Public Relations and Publicity Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Fotobox Photosnaps.....	94
Tabel 4. 4 Tabulasi Direct Marketing Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Fotobox Photosnaps	101
Tabel 4. 5 Tabulasi Interactive Marketing Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Fotobox Photosnaps	108
Tabel 4. 6 Tabulasi Word of Mouth Marketing Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Fotobox Photosnaps	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup	147
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Penelitian	149
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian	174