

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
<i>RINGKESAN</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	9
1.2.1 Fokus Penelitian	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	12
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis	14
2.1.2 Kerangka Konseptual	18
2.1.2.1 Gaya	18
2.1.2.1.1 Pengertian Gaya.....	18
2.1.2.2 <i>Branding</i>	19
2.1.2.2.1 Pengertian <i>Branding</i>	19
2.1.2.2.2 Tujuan dan Fungsi <i>Branding</i>	21
2.1.2.2.3 Pengertian Media Sosial	23

2.1.2.2.4	Instagram sebagai Platform <i>Branding</i>	25
2.1.2.3	Komunikasi Pemasaran	28
2.1.2.3.1	Pengertian Komunikasi Pemasaran	28
2.1.2.3.2	Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	29
2.1.2.3.3	Bauran Komunikasi Pemasaran	30
2.1.2.3.4	Komunikasi Pemasaran di Media Sosial dan Pemasaran Konten	30
2.1.2.3.5	Hubungan Komunikasi Pemasaran, <i>Branding</i> , dan <i>Framing</i>	31
2.2	Kerangka Teoritis.....	32
2.2.1	Teori Framing	32
2.2.2	Teori <i>Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.....	34
2.3	Kerangka Pemikiran	39
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Subjek Penelitian	43
3.2	Objek Penelitian	44
3.3	Metode Penelitian	46
3.3.1	Paradigma Penelitian	48
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data	49
3.3.3	Rancangan Analisis Data.....	50
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	53
3.3.5	Triangulasi Data	55
3.3.6	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian.	56
3.4	Lokasi Penelitian	56
3.5	Jadwal Penelitian	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Hasil Penelitian.....	58
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.2	Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 22 September Tahun 2023	62
4.1.3	Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 10 Oktober Tahun 2024	65
4.1.4	Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 21 Agustus Tahun 2025	67
4.1.5	Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 17 Maret Tahun 2026	70
4.2	Pembahasan	74

4.2.1 Analisis Framing Sintaksis	74
4.2.2 Analisis Framing Skrip	78
4.2.3 Analisis Framing Tematik	81
4.2.4 Analisis Framing Retoris	84
4.2.4.1 Pembahasan Media Sosial dan Instagram sebagai Platform <i>Branding</i>	89
4.2.4.2 Pembahasan Komunikasi Pemasaran dalam Gaya <i>Branding</i> Kawitan Coffee	90
4.2.4.3 Tipifikasi Gaya <i>Branding</i> Kawitan Coffee pada Instagram	91
4.2.5 Pembahasan Konseptual	94
4.2.5.1 Gaya dan Konstruksi Makna dalam Konten Kawitan Coffee ..	94
4.2.5.2 <i>Branding</i> Kawitan Coffee: Dari Identifikasi Menuju Janji Merek	95
4.2.5.3 <i>Branding</i> untuk Siapa: Generasi Z sebagai Sasaran Komunikasi	97
4.2.5.4 Fungsi <i>Branding</i> pada Akun @kawitancoffee	97
4.2.5.5 Media Sosial dan Instagram sebagai Platform <i>Branding</i>	101
4.2.5.6 Komunikasi Pemasaran dalam Gaya <i>Branding</i> Kawitan Coffee	102
4.2.5.7 Keterkaitan Temuan dengan Pertanyaan Penelitian	103
4.2.6 Tipifikasi Gaya <i>Branding</i> Kawitan Coffee pada Instagram	104
4.2.7 Ringkasan Hasil Penelitian	107
4.2.8 Kebaruan Penelitian	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa Daerah Penghasil Kopi Unggulan di Jawa Barat	3
Tabel 1.2 Pertumbuhan Pengguna Media Sosial di Indonesia per Januari 2024 ...	5
Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Periode Konten yang Akan Dianalisis.....	46
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	57
Tabel 4. 1 Akun instagram Kawitancoffe.....	60
Tabel 4. 2 Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 22	62
Tabel 4. 3 Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 10 Oktober Tahun 2024	65
Tabel 4. 4 Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 21 Agustus Tahun 2025	68
Tabel 4. 5 Analisis Konten Kopi pada Akun @kawitancoffee Tanggal 17	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 3.1 Akun Instagram @kawitancoffee.....	44
Gambar 4. 1 Tampilan Profil Instagram @kawitancoffee.....	59
Gambar 4. 2 Konten Kopi pada Akun Instagram @kawitancoffee Tanggal 22 September Tahun 2023.....	64
Gambar 4. 3 Konten Kopi pada Akun Instagram @kawitancoffee Tanggal 10 Oktober Tahun 2024.....	66
Gambar 4. 4 Konten Kopi pada Akun Instagram @kawitancoffee Tanggal 21 Agustus Tahun 2025.....	69
Gambar 4. 5 Konten Kopi pada Akun Instagram @kawitancoffee Tanggal 17 Maret Tahun 2026	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup	119
Lampiran 2 Surat Pernyataan	120
Lampiran 3 Permohonan Penelitian	121
Lampiran 4 Dokumentasi Bersama Supervisor Kawian Coffe Pada 20 Agutsu 2026.....	122