

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teroritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Lokasi dan Periode Penelitian.....	7
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	7
1.6.2 Periode Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Rangkuman Teori.....	9
2.1.1 Komunikasi.....	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.4 Media Sosial.....	15
2.1.5 Instagram.....	17
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Paradigma Penelitian.....	30
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	31

3.3.1	Subjek Penelitian	31
3.3.2	Objek Penelitian.....	31
3.4	Lokasi Penelitian	32
3.5	Unit Analisis Penelitian	32
3.6	Informan Peneliti	33
3.6.1	Informan Kunci.....	33
3.6.2	Informan Pendukung.....	34
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7.1	Wawancara	34
3.7.2	Observasi	34
3.7.3	Dokumentasi.....	35
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Karakteristik Informan.....	36
4.1.1	Profil dan Karakteristik Informan	38
4.2	Hasil Penelitian	41
4.2.1	Strategi Pesan Dari <i>Lucrum Place and Coffee</i> Melalui Instagram	42
4.3	Pembahasan.....	44
4.3.1	Strategi Kegiatan Komunikasi Pemasaran <i>Lucrum Place and Coffee</i>	45
4.3.2	Isi Informasi Kegiatan <i>Lucrum Place</i> Melalui Instagram.....	46
4.3.3	Bentuk Kreatif Pesan Yang Diolah Oleh <i>Lucrum Place and Coffee</i>	47
4.3.4	Pemilihan Media <i>Lucrum Place and Coffee</i>	47
4.3.5	Celah Konsumen Yang Digunakan <i>Lucrum Place and Coffee</i>	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran.....	52
5.2.1	Saran Akademis	52
5.2.2	Saran Praktis.....	52
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN.....		58