

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
ABTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Manfaat	10
1.4.Kerangka Teori dan Pemikiran	11
1.4.1 <i>Computer Mediated Communication</i> (CMC).....	12
1.4.2 Media Sosial Instagram.....	13
1.4.3 Komunikasi Pemasaran.....	15
1.4.4 Branding.....	18
1.4.5 Brand Awareness.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Komunikasi.....	22

2.1.1	Definisi Strategi Komunikasi.....	22
2.1.2	Fungsi dan Peran Strategi Komunikasi.....	25
2.2	Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.1	Prinsip-prinsip Pemasaran.....	27
2.2.2	Strategi Komunikasi Pemasaran	33
2.3	Membangun Brand Awareness.....	38
2.3.1	Strategi <i>Branding</i>	38
2.3.2	<i>Brand Awareness</i>	40
2.4	Media Sosial.....	41
2.4.1	Instagram.....	43
2.5	Penelitian Terdahulu.....	46
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian, Objek dan Subjek Penelitian.....	48
3.1.1	Jenis Penelitian.....	48
3.1.2	Objek Penelitian	49
3.1.3	Subjek Penelitian	49
3.2	Sumber Data.....	50
3.2.1	Data Primer.....	50
3.2.2	Data Sekunder.....	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.3.1	Depth Interview (Wawancara Mendalam).....	51
3.3.2	Observasi.....	52
3.3.3	Studi Dokumentasi.....	53

3.4 Teknik Analisa Data.....	54
3.4.1 Pengumpulan Data.....	54
3.4.2 Reduksi Data.....	54
3.4.3 Penyajian Data.....	54
3.4.4 Menarik Kesimpulan.....	55
3.4.5 Uji Validitas Data.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1. Profil Sittichai.....	57
4.1.2. Profil Instagram.....	62
4.1.3. Profil Narasumber.....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Permasalahan Komunikasi Kedai Sittichai.....	68
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Sittichai Melalui Media Sosial Instagram.....	74
4.2.3 Relasi Strategi Komunikasi dan <i>Brand Awareness</i>	84
4.3 Pembahasan.....	87

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Triangulasi Sumber Data.....	91
Bagan 4.2 Strategi Pemasaran Sittichai melalui Instagram.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Kedai Sittichai.....	58
Gambar 4.2 Mango Sticky Rice.....	59
Gambar 4.3 Menu Pad Thai.....	60
Gambar 4.4 Menu Tom yam.....	61
Gambar 4.5 Menu Mango Smoothie.....	61
Gambar 4.6 Akun Instagram Kedai Sittichai.....	64
Gambar 4.7 Denah Lokasi Kedai Sittichai.....	65
Gambar 4.8 Nuansa Tempat Kedai Sittichai.....	69
Gambar 4.9 Pengunjung Kedai Sittichai.....	69
Gambar 4.10 Nuansa Tempat Kedai Sittichai.....	70
Gambar 4.11 Unggahan Twitter Kedai Sittichai.....	73
Gambar 4.12 Mengadakan Give Away.....	79
Gambar 4.13 Mengadakan Give Away Akhir Tahun 2017.....	80
Gambar 4.14 Mengadakan Promo Voucher.....	81

LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide

Lampiran 2. Foto Bersama Narasumber

Lampiran 3. Foto Menu Sittichai

Lampiran 4. Foto Kedai Sittichai

Lampiran 5. Postingan Promo Sittichai di Instagram