

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.2 Kegunaan Teoritis	8
1.4.3 Kegunaan Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	13
2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi	13
2.1.2.2 Unsur – unsur komunikasi	14
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi	19
2.1.2.4 Proses Komunikasi	21
2.1.2.5 Hambatan Komunikasi	21
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi	22
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	25
2.1.4.1 Pengertian Strategi Komunikasi	25
2.1.5 Tinjauan Tentang Media Sosial	24
2.1.5.1 Pengertian Media Sosial	26
2.1.6 Tinjauan Tentang <i>Instagram</i>	29
2.1.6.1 Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	29
2.1.7 Tinjauan Tentang Promosi	35
2.1.7.1 Tujuan Promosi	37
2.2 Kerangka Pemikiran	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metodologi Penelitian	45
3.3 Desain Penelitian	46

3.4	Teknik Penentuan Informan Penelitian	48
3.5	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1	Studi Lapangan	49
3.5.1.1	Wawancara Mendalam	49
3.5.1.2	Observasi Non Partisipan	52
3.5.1.3	Dokumentasi	52
3.5.2	Studi Pustaka	53
3.5.2.1	Tinjauan Pustaka	53
3.5.2.2	Penelusuran Data Online	53
3.5.2.3	Studi Literatur	52
3.6	Uji Keabsahan Data	55
3.6.1	Meningkatkan Ketekunan (<i>Persistent observation</i>).	55
3.6.2	Triangulasi	56
3.6.3	Meningkatkan Ketekunan	57
3.7	Teknik Analisa Data	59
3.7.1	Pengumpulan Data	59
3.7.2	Reduksi Data atau Klasifikasi data	60
3.7.3	Penyajian Data atau Analisis data	60
3.7.4	Proses akhir penarikan kesimpulan	60
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian	61
3.8.1	Lokasi Penelitian	61
3.8.2	Waktu Penelitian	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	70
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	70
4.1.1.1 Sejarah Singkat <i>Osiris</i>	71
4.1.1.2 Visi dan Misi <i>Osiris coffee</i>	71
4.1.1.3 Arti Logo <i>Osiris Coffee</i>	71
4.1.1.4 Pengertian Kedai Kopi	73
4.1.2 Analisa Hasil Penelitian (Deskripsi Identitas Informan)	74
4.1.2.1 Informan Kunci I Zein wira	77
4.1.2.2 Informan Kunci II Raka	80
4.1.2.3 Informan Pendukung I Rd.Yoga	81
4.1.2.4 Informan Pendukung II Moch.Edgar	83
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	84
4.1.3.1 Pesan yang disampaikan Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopinya.....	85
4.1.3.2 Hambatan Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopinya	93
4.1.3.3 Tujuan Kedai kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopinya.....	97
4.2 Pembahasan.....	99
4.2.1 Pesan yang disampaikan Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopinya.	101

4.2.2 Hambatan Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial	
Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopi.....	104
4.2.3 Tujuan Kedai Kpopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram	
dalam Mempromosikan Kedai Kopinya.....	107
4.3 Strategi Komunikasi Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media	
Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopinya.	109
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
5.2.1 Saran untuk Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung.	114
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	114
 DAFTAR PUSTAKA	115
 LAMPIRAN.....	119
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Informan Kunci	62
Tabel 3.2 Informan Pendukung Penelitian.....	47
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	58
Tabel 4.1 Jadwal Wawancara.....	65
Tabel 4.2 Jadwal Wawancara Dengan Informan Kunci.....	75
Tabel 4.3 Jadwal Wawancara Dengan Informan Pendukung	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif	59
Gambar 4.1 Logo <i>Osiris Coffee</i> Bandung.....	72
Gambar 4.2 Informan Kunci	77
Gambar 4.3 Informan Kunci II.....	80
Gambar 4.4 Informan Pendukung	81
Gambar 4.5 Informan Pendukung II	83
Gambar 4.6 Isi Pesan	89
Gambar 4.7 Pemilihan Foto	93
Gambar 4.8 Model pesan yang disampaikan kedai <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai kopinya	104
Gambar 4.9 Model Hambatan Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopinya	106
Gambar 4.10 Model Tujuan Kedai Kopi <i>Osiris</i> Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Kedai Kopinya	108
Gambar 4.11 Model Strategi Komunikasi kedai kopi <i>Osiris</i> Bandung	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Menjadi Pembimbing	119
Lampiran 2. Berita Acara Bimbingan	120
Lampiran 3. Surat Rekomendasi Pembimbing Skripsi	121
Lampiran 4. Surat Pendaftaran Mengikuti Sidang Skripsi.....	122
Lampiran 5. Lembar Revisi UP	123
Lampiran 6. Pedoman Observasi	124
Lampiran 7. Hasil Observasi	125
Lampiran 8. Pedoman Wawancara	126
Lampiran 9. Transkrip Wawancara	127