

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	9
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12

2.1.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	12
2.1.2	Tinjauan Tentang Komunikasi	14
2.1.3	Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	21
2.1.4	Tinjauan tentang Media Sosial	28
2.1.5	Tinjauan Tentang Instagram	36
2.1.6	Tinjauan Tentang Konsumen	39
2.2	Kerangka Pemikiran	40
BAB III		44
METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Desain Penelitian	44
3.1.1	Paradigma Penelitian	46
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	47
3.3	Informan Penelitian	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1	Studi Pustaka	52
3.4.2	Studi Lapangan	55
3.5	Teknik Analisis Data	58
3.6	Uji Keabsahan Data	60
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	62
3.7.1.	Lokasi Penelitian	62
3.7.2	Waktu Penelitian	62
BAB IV		64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		64

4.1	Analisis Objek Penelitian	64
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	67
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	73
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian	78
4.2	Pembahasan	91
4.2.1	Periklanan Kilogram Coffee Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen di Masa Pandemi Covid-19	91
4.2.2	Promosi Penjualan Kilogram Coffee Melalui Media Sosial Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen di Masa Pandemi Covid-19	101
4.2.3	Hubungan Masyarakat dan Pemberitaan Kilogram Coffee Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempertahankan Minat Beli Konsumen di Masa Pandemi Covid-19	115
	BAB V	130
	KESIMPULAN DAN SARAN	130
5.1	Kesimpulan	130
5.2	Saran	134
5.2.1	Saran bagi perusahaan Kilogram Coffee	134
	DAFTAR PUSTAKA	136
	LAMPIRAN	138
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	170