

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kajian Pustaka	11
1.6 Kerangka Pemikiran	14
1.6.1 Komunikasi Pemasaran secara Digital	14
1.6.2 RACE Model dalam Komunikasi Pemasaran Digital	17
1.6.3 <i>Emotional Branding</i>	19
1.6.4 Usaha Kecil dan Menengah.....	22
1.6.5 Media Sosial Instagram dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran.....	25
1.7 Kerangka Konsep	30
1.8 Metode Penelitian.....	34
1.8.1 Desain Penelitian	34
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian	36
1.8.3 Sumber Data	37
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data	37
1.8.5 Analisis dan Interpretasi Data	38
1.8.6 Limitasi Penelitian.....	40

BAB II KOMPONEN KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN <i>EMOTIONAL BRANDING</i> MELALUI INSTAGRAM ...	41
2.1 Memahami Konsep Komunikasi Pemasaran secara Digital.....	41
2.2 Memahami RACE Model dalam Komunikasi Pemasaran Digital	44
2.3 <i>Emotional Branding</i>	49
2.4 Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram.....	60
BAB III MENGENAL UKM KOREAKEUN	66
3.1 Sejarah Singkat UKM Koreakeun	66
3.2 Produk UKM Koreakeun.....	67
3.3 Media Sosial UKM Koreakeun	70
3.4 UKM Koreakeun dan Upaya Menjadi Korean Food No. 1 di Indonesia	71
BAB IV KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL UKM KOREAKEUN DALAM MEMBANGUN <i>EMOTIONAL BRANDING</i> MELALUI INSTAGRAM	74
4.1 Temuan Penelitian.....	75
4.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital	75
4.1.2 <i>Emotional Branding</i>	88
4.1.3 Penggunaan Instagram oleh UKM Koreakeun.....	102
4.2 Analisis dan Pembahasan	106
4.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital UKM Koreakeun	106
4.2.2 <i>Emotional Branding</i> melalui Instagram	113
4.2.3 Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital dalam membangun Emotional Branding melalui Instagram	122
BAB V PENUTUP	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital	128
5.1.2 Emotional Branding melalui Instagram	129
5.1.3 Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital dalam membangun Emotional Branding melalui Instagram	130
5.2 Saran	131
5.2.1 Saran Praktis.....	131
5.2.2 Saran Akademis.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN	136