

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Industri dan Pemasaran Kopi di Indonesia.....	5
2.1.2. Pemasaran Melalui Media Sosial <i>Coffeeshop</i>	6
2.1.3. Konten Fotografi dalam Media Sosial Instagram	7
2.1.4. Analisis Semiotika	8
2.2. Justifikasi Penelitian.....	11
2.3. Kerangka Berpikir	13
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	15
3.1. Metode Dasar	15
3.2. Lokasi Penelitian	15
3.3. Subjek Penelitian.....	15
3.4. Jenis dan Sumber Data	16
3.4.1. Data Primer	16
3.4.2. Data Sekunder.....	16
3.5. Teknik Pengumpulan Data	16
3.5.1. Observasi.....	16



3.5.2.	Wawancara	16
3.5.3.	Studi Kepustakaan.....	16
3.6.	Pembatasan Masalah	17
3.7.	Definisi Operasional.....	17
3.8.	Uji Keabsahan data.....	18
3.9.	Metode Analisis Data	18
IV.	TOKO KOPI SANTAI PALANGKA RAYA	20
V.	ANALISIS SEMIOTIKA PADA FOTO INSTAGRAM TOKO KOPI SANTAI PALANGKA RAYA	24
5.1.	Analisis Penelitian.....	24
5.1.1.	Analisis Foto 1	24
5.1.2.	Analisis Foto 2	26
5.1.3.	Analisis Foto 3	31
5.1.4.	Analisis Foto 4	33
5.1.5.	Analisis Foto 5	35
5.1.6.	Analisis Foto 6	37
5.1.7.	Analisis Foto 7	39
5.1.8.	Analisis Foto 8	41
5.1.9.	Analisis Foto 9	43
5.1.10.	Analisis Foto 10	45
5.2.	Analisis Semiotika Pada Foto Instagram Toko Kopi Santai Palangka Raya	47
VI.	PENUTUP.....	51
6.1.	Kesimpulan.....	51
6.2.	Saran.....	52
	DAFTAR PUSTAKA	53