

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGHANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>TERIMA KASIH .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5. Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>5</b>
1.5.1. Komunikasi Pemasaran di era <i>New Wave Marketing</i> .....	5
1.5.2. <i>Education Based Marketing</i> .....	11
1.5.3. Instagram Sebagai Media Pemasaran .....	13
<b>1.6. Kerangka Konsep.....</b>	<b>16</b>
<b>1.7. Metode Penelitian.....</b>	<b>18</b>
1.7.1. Pendekatan Penelitian.....	18
1.7.2. Objek Penelitian .....	19
1.7.3. Lokasi, Waktu, dan Fokus Penelitian .....	19
1.7.4. Teknik Pengumpulan Data .....	19
1.7.5. Teknik Analisa Data .....	21
1.7.6. Uji Validitas .....	22
<b>BAB II DINAMIKA INDUSTRI KOPI DAN STUDI KONSUMEN KOPI INDONESIA</b>	
<b>2.1. Dinamika Industri Kopi Indonesia.....</b>	<b>24</b>
2.1.1. Gelombang Pertama (1985).....	24
2.1.2. Gelombang Kedua (2001) .....	25
2.1.3. Gelombang Ketiga (2013) .....	27
2.1.4. Gelombang Keempat (2016) .....	28
<b>2.2. Dinamika dan Perkembangan Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>28</b>
<b>2.3. Studi Konsumen Kopi Indonesia dan Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>32</b>

2.3.1. Studi Konsumen Kopi di Indonesia.....	32
2.3.2. Studi Komunikasi Pemasaran di Era <i>New Wave Marketing</i> .....	33
<b>2.4. Praktik Komunikasi Pemasaran Berbasis Edukasi Melalui Media Baru di Indonesia.....</b>	<b>35</b>
2.4.1. ElshéSkin.....	35
2.4.2. Prenagen .....	40
<b>BAB III PROFIL DAN PENGGUNAAN MEDIA OLEH SPACE COFFEE ROASTERY</b>	
<b>3.1. Profil Space Coffee Roastery.....</b>	<b>45</b>
3.1.1. Sejarah Space Coffee Roastery .....	45
<b>3.2. Home Brewers Indonesia.....</b>	<b>50</b>
<b>3.3. Penggunaan Instagram oleh Space Coffee Roastery .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB IV KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS EDUKASI MELALUI INSTAGRAM OLEH SPACE COFFEE ROASTERY</b>	
<b>4.1. Isi Pesan Komunikasi Pemasaran Berbasis Edukasi Melalui Instagram oleh Space Coffee Roastery .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2. Komunikasi Pemasaran Horizontal Melalui Instagram oleh Space Coffee Roastery .....</b>	<b>76</b>
<b>4.3. Analisis Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Edukasi Melalui Instagram oleh Space Coffee Roastery .....</b>	<b>112</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>124</b>
<b>5.2. Saran .....</b>	<b>126</b>
5.2.1. Praktisi.....	126
5.2.2. Akademisi.....	126

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	3
Gambar 2. 1.....	37
Gambar 2. 2.....	38
Gambar 2. 3.....	39
Gambar 2. 4.....	42
Gambar 2. 5.....	43
Gambar 3. 1.....	53
Gambar 3. 2.....	54
Gambar 3. 3.....	55
Gambar 3. 4.....	56
Gambar 3. 5.....	57
Gambar 3. 6.....	58
Gambar 4. 1.....	61
Gambar 4. 2.....	63
Gambar 4. 3.....	64
Gambar 4. 4.....	65
Gambar 4. 5.....	66
Gambar 4. 6.....	69
Gambar 4. 7.....	70
Gambar 4. 8.....	71
Gambar 4. 9.....	72
Gambar 4. 10.....	74
Gambar 4. 11.....	75
Gambar 4. 12.....	83
Gambar 4. 13.....	84
Gambar 4. 14.....	85

Gambar 4. 15 .....	87
Gambar 4. 16 .....	89
Gambar 4. 17 .....	90
Gambar 4. 18 .....	91
Gambar 4. 19 .....	92
Gambar 4. 20 .....	93
Gambar 4. 21 .....	94
Gambar 4. 22 .....	97
Gambar 4. 23 .....	98
Gambar 4. 24 .....	99
Gambar 4. 25 .....	100
Gambar 4. 26 .....	101
Gambar 4. 27 .....	103
Gambar 4. 28 .....	104
Gambar 4. 29 .....	106
Gambar 4. 30 .....	107
Gambar 4. 31 .....	109
Gambar 4. 32 .....	110