

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xii
A. Daftar Tabel.....	xii
B. Daftar Gambar	xii
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran.....	7
1. <i>Customer Oriented</i>	7
2. Komunikasi Pemasaran	10
3. <i>Customer Relationship Management</i>	12
4. Teori Paradigma Naratif.....	13
5. <i>Storytelling</i>	14
6. Media Baru	17
7. Media Sosial.....	20

F. Kerangka Konsep	22
G. Metodologi Penelitian	25
BAB II NARASI DAN PASAR.....	29
A. <i>Storytelling</i>	29
1. Mengenai <i>Storytelling</i> terhadap Perusahaan	29
2. Menarasikan Pasar.....	31
3. <i>The Power of Storytelling</i>	33
4. <i>Storytelling</i> dalam <i>Marketing</i>	36
5. <i>Consumer-Brand Storytelling</i>	39
B. Media Sosial	41
1. Media Sosial dan Narasi.....	41
2. Mengapa Facebook?.....	46
BAB III MENGENAL NESTLÉ INDONESIA.....	49
A. Profil, Sejarah, dan Perkembangan	49
1. Profil Perusahaan.....	49
2. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	49
3. Visi dan Misi Perusahaan	53
4. Logo Perusahaan	55
5. Dancow Sebagai Bagian dari Nestlé Indonesia.....	56
6. Strategi Pelanggan Produk Dancow Parenting Center	59
B. <i>Corporate Business Principle</i> dan Struktur Organisasi	
PT Nestlé Indonesia.....	60
1. <i>Corporate Business Principle</i> PT Nestlé Indonesia.....	60
2. Struktur Organisasi Perusahaan	63
C. Gambaran Umum Dancow Parenting Center	66

1. Pengelolaan Dancow Parenting Center Melalui Media Digital	67
2. Rencana Pengembangan Dancow Parenting Center	
Melalui Media Digital	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS STORYTELLING DALAM	
MEDIA SOSIAL DANCOW PARENTING CENTER SEBAGAI	
BAGIAN PESAN PRODUK	72
A. Muncul dan Berkembangnya Dancow Parenting Center	74
B. Pesan dalam Laman Facebook Dancow Parenting Center	80
1. Kategori Pesan Dalam Laman Facebook Dancow Parenting Center	80
2. Testimoni Membentuk Cerita.....	87
3. Tahap Pembentukan Pesan dalam Laman Facebook Dancow Parenting Center	91
C. Evaluasi Pesan dalam Laman Dancow Parenting Center	104
1. Indikator Keberhasilan Pesan dalam laman Facebook Dancow Parenting Center.....	104
2. Kendala dalam Penyampaian Pesan Dancow Parenting Center.....	105
D. Analisis Pesan dalam Laman Dancow Parenting Center	106
1. Analisis Teoritis Storytelling melalui Media Sosial Facebook Dancow Parenting Center.....	106
2. Tantangan dalam Penyampaian Pesan Media Sosial Facebook Dancow Parenting Center.....	120
BAB V PENUTUP	124
A. Simpulan.....	124
B. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA.....	133



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Media Baru dan Storytelling (Studi Kasus Storytelling dalam Media Sosial Dancow Parenting Center)
ILHAM GALIH SETIAJI, Lisa Lindawati, SIP. MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

LAMPIRAN	137
Lampiran 1: Matriks Data Penelitian	137
Lampiran 2: Transkrip Wawancara	138
Lampiran 3: Video Storytelling Dancow Parenting Center tahun 2015	156

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

A. Daftar Tabel

Tabel 1.1 Perbandingan Media Lama & Baru.....	19
Tabel 2.1. Aspek Penting dalam <i>Storytelling</i>	35
Tabel 3.1 Sejarah Singkat Nestlé di Indonesia.....	52
Tabel 3.2. Strategi Pelanggan produk dari DPC	59
Tabel 3.3. <i>Qualitative Key Performance Indicators</i>	68
Tabel 4.1. Empat Aset Penting Kegiatan Komunikasi DPC	78
Tabel 4.2. Kategori Pesan dalam Media Sosial DPC	81
Tabel 4.3. Kendala Penyampaian Pesan <i>fanpage</i> DPC	105
Tabel 4.4. Tiga Alasan Penting Penggunaan Storytelling.....	114
Tabel 4.5. Opini Responden melalui Pesan dari DPC.....	116

B. Daftar Gambar

Gambar 2.1. Penggunaan <i>Storytelling</i> oleh <i>Brand</i> dalam Pasar.....	32
Gambar 2.2. G.R.E.A.T. dan Perannya dalam <i>Storytelling</i>	37
Gambar 2.3. Lini Masa Media Sosial	42
Gambar 2.4. <i>Narrative Discourse</i> Seymour Chatman	45
Gambar 3.1. Sejarah Perubahan Logo Nestlé.....	55
Gambar 3.2. Logo Terbaru Nestlé.....	56
Gambar 3.3. Dancow Batita	57
Gambar 3.4. Dancow 1+, 3+, dan 5+	57
Gambar 3.5. Dancow Nutrigold 3 dan 4	58
Gambar 3.6. Dancow Datita	58
Gambar 3.7. Struktur dan Organisasi Tata Kelola	64

Gambar 3.8. Struktur Organisasi Kantor Pusat Nestlé Indonesia	65
Gambar 3.9. Struktur Organisasi PT Nestlé Indonesia, Kejayan Factory	66
Gambar 3.10. Contoh Pemaparan Pengelolaan Data Menggunakan socialbakers.com	69
Gambar 3.11. Dancow Parenting Center <i>fangrowth</i>	70
Gambar 4.1. Gambaran Tanggapan Pelanggan dalam Bentuk Komentar.....	89
Gambar 4.2. Testimoni Produk dalam Sebuah Kompetisi	90
Gambar 4.3. <i>Needs, Wants, and Demands</i> Dancow	92
Gambar 4.4. Contoh Alur Pesan Dancow Parenting Center	94
Gambar 4.5. Gambaran Pesan <i>fanpage</i> Dancow Parenting Center tahun 2009	97
Gambar 4.6. Gambaran Pesan <i>fanpage</i> Dancow Parenting Center tahun 2010	98
Gambar 4.7. Gambaran Pesan <i>fanpage</i> Dancow Parenting Center tahun 2011	99
Gambar 4.8. Variasi Pesan <i>fanpage</i> Dancow Parenting Center tahun 2014-2015	100
Gambar 4.9. Fitur Facebook sebagai <i>platform</i>	107
Gambar 4.10. Contoh Salah Satu Pesan dalam laman Dancow Parenting Center (tahap <i>priming</i>).....	111
Gambar 4.11. Contoh Konstruksi Pesan <i>Foster Dialog</i> Dancow Parenting Center (tahap <i>reminding</i>)	112
Gambar 4.12. <i>Feedback</i> Audiens dalam Pesan Dialog	113
Gambar 4.13. Opini Pelanggan Melalui <i>Review Fanpage</i>	117

Gambar 4.14. <i>Fan Overview</i> Laman Dancow Parenting Center	118
Gambar 5.1. Lini Masa <i>Fanpage</i> Dancow Parenting Center	126