

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
HALAMAN PRASYARAT GELAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Tinjauan Pustaka	12
1.5.1 Penelitian Terdahulu	12
1.5.2 Komunikasi Pemasaran Online Dalam <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	17
1.5.3 Brand Awareness	21
1.5.4 Strategi <i>Viral Marketing</i> dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	23
1.5.6 Media Sosial	31
1.6 Metode Penelitian	35
1.6.1 Pendekatan Penelitian	35
1.6.2 Lokasi Penelitian	36
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	36
1.6.4 Teknik Analisis Data	37
BAB II	39

2.1 Sejarah Jokopi sebagai UMKM.....	39
2.2 Perkembangan <i>Coffee to Go</i>	45
BAB III	47
3.1. Komunikasi Pemasaran Online Jokopi Sebagai UMKM	47
3.1.1 Segmentation, Targetting, Positioning oleh Jokopi : “#WargaJokopi”	51
3.1.2 <i>Instagram</i> Sebagai Media Promosi yang Sesuai dengan Karakteristik Jokopi dan “ <i>WargaJokopi</i> ”	64
3.2 Strategi <i>Viral Marketing</i> Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Jokopi.....	78
3.2.1 Tahapan Perumusan Strategi <i>Viral Marketing</i>	78
3.2.2 Tahapan Perencanaan.....	81
3.2.3 Tahapan Implementasi.....	84
3.2.3 Tahapan Evaluasi.....	88
3.3 <i>Viral Marketing</i> Jokopi Dalam Akun @Jo.Ko.Pi <i>Instagram</i>	90
3.3.1 <i>Viral Marketing</i> Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Jokopi	90
BAB IV	101
4.1 Kesimpulan.....	101
4.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	112
Panduan Wawancara	112
Tanskrip Wawancara.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1.1 Unggahan Jokopi di <i>Instagram</i>	9
1.2 Model <i>viral marketing</i>	28
2.1 Logo Jokopi	39
2.2 Menu Minuman Jokopi	40
2.3 Akun <i>Instagram</i> Jokopi	41
2.4 Unggahan Konsumen Jokopi	42
2.5 Unggahan Video <i>Instagram</i> Jokopi	43
2.6 Kedai Jokopi di Jln Ketabang Kali	44
2.7 Kedai Jokopi di Jln Untung Suropati 85	44
3.1 Awal Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	49
3.2 Jumlah Pengguna Aktif <i>Instagram</i> Terbesar Januari 2018	50
3.3 Jumlah Perilaku Media Sosial	53
3.4 Penggunaan #WargaJokopi oleh Konsumen	56
3.5 Lokasi Kedai Jokopi Jln Ketabang kali	58
3.6 Akun Kedai Kulo Yang Menggunakan <i>Hard Selling</i>	59
3.7 Akun <i>Instagram</i> Yang Menggunakan Cerita	60
3.8 Pesan Jokopi Melalui Cerita	62
3.9 Pesan Promosi Melalui Cerita	63
3.10 <i>Platform</i> Media Sosial yang Paling Aktif di Indonesia	65
3.11 <i>Feeds</i> Akun <i>Instagram</i> Jokopi	68
3.12 <i>Story</i> Yang di Unggah Jokopi	71
3.13 <i>Story</i> Jokopi untuk Promosi	72
3.14 Beberapa Fitur <i>Story</i> Interaktif <i>Instagram</i>	73
3.15 Akun <i>Instagram</i> Jokopi ialah Akun Bisnis	75
3.16 Penggambaran <i>Insight</i> Akun Bisnis	76
3.17 <i>Event Tumbler</i>	77
3.18 Program Promosi Gratis	83
3.19 <i>Postingan</i> Jokopi Mendukung <i>Event</i>	86
3.20 Konten Hari Pahlawan	89
2.21 Ikon / Logo Kedai Jokopi	93
3.22 <i>Viral marketing</i> melalui <i>tag</i> Jokopi di <i>Instagram</i>	96
2.23 Apresiasi <i>Story</i> oleh Jokopi	97
3.24 Jokopi dalam <i>event Car Free Day</i>	99