

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 <i>Message Design Logic</i>	14
2.1.2 Komunikasi Merek.....	16
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	19

2.1.5 Usaha Mikro.....	20
2.1.6 Usaha Kuliner	21
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Jurnal Nasional.....	22
2.2.2 Jurnal Internasional	28
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.2.1 Subjek Penelitian.....	37
3.2.2 Objek Penelitian	37
3.3 Informan Penelitian.....	37
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	40
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.6 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	41
BAB 4.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Informan Penelitian.....	43
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 <i>Expressive</i>	45
4.2.2 <i>Conventional</i>	54
4.2.3 <i>Rhetorical</i>	71
4.3 Pembahasan	88
4.3.1 Logika <i>Expressive</i>	90
4.3.2 Logika <i>Conventional</i>	91
4.3.3 Logika <i>Rhetorica</i>	93
4.3.4 Hubungan antar cluster	93
4.3.5 Metode temuan penelitian	97
BAB 5.....	98

PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Akademis	98
5.2.2 Saran Praktis.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	110