

DAFTAR ISI

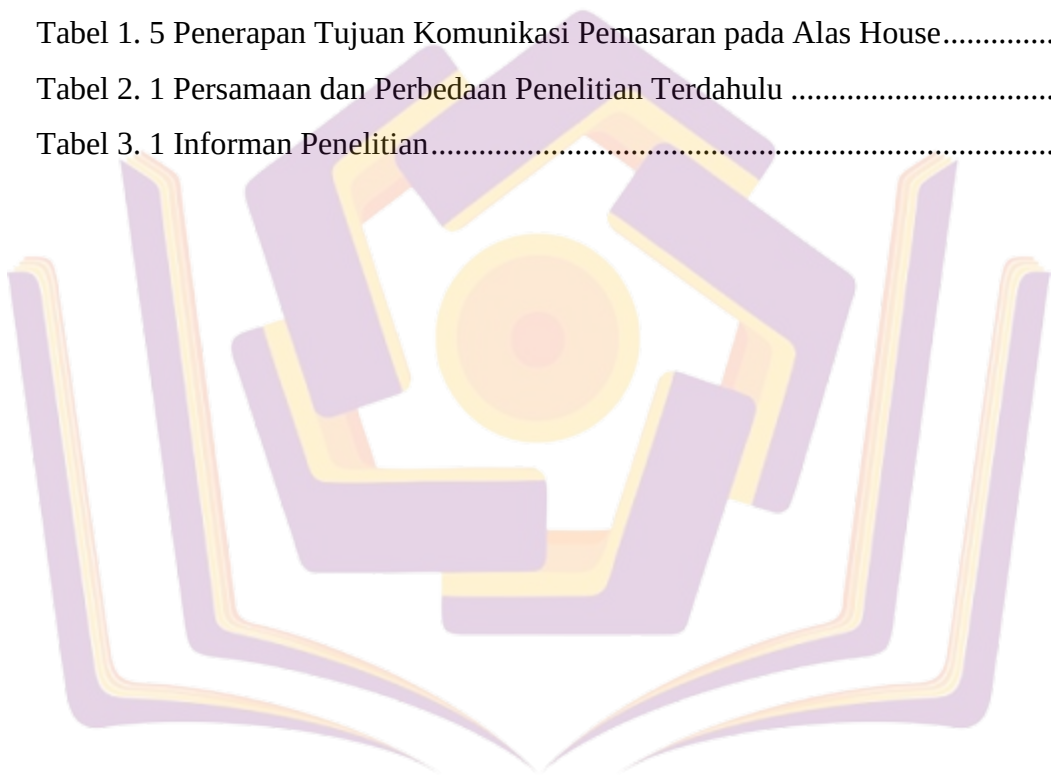
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
ABSTRAK	xxiii
<i>ABSTRACT</i>	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	21
C. Batasan Masalah	22
D. Tujuan Penelitian	22
E. Manfaat Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
A. Landasan Teori.....	25
B. Landasan Konseptual	33
C. Penelitian Sebelumnya.....	47
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	52
A. Metode Penelitian	52
B. Metode Analisis	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Hasil Penelitian	69

B. Pembahasan.....	127
BAB V PENUTUP.....	157
A. Kesimpulan	157
B. Saran	159
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Aktivitas Alas House Sebagai Brand Community Space	8
Tabel 1. 2	Peta Persebaran Spasial Titik <i>Coffee shop</i> Radius ≤ 3 Kilometer dari Alas House Tahun 2026	11
Tabel 1. 3	<i>Coffee Shop</i> dengan Karakteristik Ruang dan Aktivitas yang Serupa dengan Alas House di Purwokerto	14
Tabel 1. 4	Daftar <i>Coffee shop</i> yang Tidak Lagi Beroperasi di Purwokerto	17
Tabel 1. 5	Penerapan Tujuan Komunikasi Pemasaran pada Alas House	36
Tabel 2. 1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3. 1	Informan Penelitian	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alas House	4
Gambar 1. 2 Dokumentasi Kegiatan Kamasudra di Alas House	5
Gambar 1. 3 Dokumentasi kegiatan Seni Lintas Dimensi: <i>Pseudo Retrograde</i> di Alas House	6
Gambar 1. 4 Dokumentasi Kegiatan <i>The House is Yours</i> di Alas House	7
Gambar 1. 5 Dokumentasi Beberapa <i>Coffee Shop</i> di Purwokerto yang Telah Tutup Permanen	18
Gambar 2. 1 Diagram <i>Primary Goal</i> dan <i>Secondary Goals</i> dalam Teori <i>Goals-Plans-Action</i>	29
Gambar 2. 2 Model Komunikasi Pemasaran.....	38
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 4. 1 Foto Area Indoor dan Outdoor Alas House.....	72
Gambar 4. 2 Visualisasi Geografis dan Titik Koordinat Alas House	73
Gambar 4. 3 Dokumentasi <i>Event</i> Budaya Ebeg di Alas House	81
Gambar 4. 4 Produk <i>Local Platter</i> Alas House.....	82
Gambar 4. 5 Rasa Lokal <i>Package</i> Alas House	83
Gambar 4. 6 Event Lari Alas House	84
Gambar 4. 7 Dokumentasi Promo/ <i>Benefit Happy Hour</i>	85
Gambar 4. 8 Dokumentasi <i>Event</i> yang Diselenggarakan Komunitas di Alas House	88
Gambar 4. 9 Dokumen <i>Editorial Plan</i> Kegiatan dan Plan Konten.....	116
Gambar 4. 10 Performa (<i>Insight</i>) pada Beberapa Konten Instagram @alashouse.....	123

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara Informan 1
- Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara Informan 2
- Lampiran 3. Transkrip Hasil Wawancara Informan 3
- Lampiran 4. Transkrip Hasil Wawancara Informan 4
- Lampiran 5. Transkrip Hasil Wawancara Informan 5
- Lampiran 6. Transkrip Hasil Wawancara Informan 6
- Lampiran 7. Transkrip Hasil Wawancara Informan 7
- Lampiran 8. Transkrip Hasil Wawancara Informan 8
- Lampiran 9. Transkrip Hasil Wawancara Informan 9
- Lampiran 10. Transkrip Hasil Wawancara Informan 10
- Lampiran 11. Dokumentasi Penelitian

