

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Produksi Kopi Terbesar di Dunia	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	5
Gambar 1. 3 dan 1.4 Akun Instagram Klinik Kopi.....	10
Gambar 2. 1 Elemen dalam Proses Komunikasi	16
Gambar 2. 2 Model Komunikasi Pemasaran.....	17
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3. 1 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif	48
Gambar 4. 1 Aktivitas Klinik Kopi melakukan <i>storytelling</i> melalui Instagram <i>live</i>	59
Gambar 4. 2 Interaksi dalam Instagram <i>live</i> Klinik Kopi	60
Gambar 4. 3 Klinik Kopi melakukan <i>storytelling</i>	65
Gambar 4. 4 Klinik Kopi melakukan <i>storytelling</i>	68
Gambar 4. 5 Klinik Kopi dalam melakukan Instagram <i>live</i>	83
Gambar 4. 6 Klinik Kopi dalam melakukan Instagram <i>live</i>	87
Gambar 4. 7 Klinik Kopi dalam melakukan Instagram <i>live</i>	100
Gambar 4. 8 Klinik Kopi dalam melakukan Instagram <i>live</i>	104
Gambar 4. 9 Catatan Klinik Kopi dalam menemukan sebuah cerita.....	113
Gambar 4. 10 Bagan Model Relevansi Teori <i>Storyworthy</i> “ <i>Finding Your Story</i> ”	114
Gambar 4. 11 Respon followers Klinik Kopi pada Instagram <i>live</i>	117
Gambar 4. 12 Bagan Model Relevansi Teori <i>Storyworthy</i> “ <i>Crafting Your Story</i> ”	119
Gambar 4. 13 dan 4. 14 <i>Live</i> bisa dilihat melalui fitur <i>reels</i> pada akun @Klinikkopi	123
Gambar 4. 15 Bagan Model Relevansi Teori <i>Storyworthy</i> “ <i>Telling Your Story</i> ”	125