

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Maksud Penelitian.....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA &amp; KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi .....	11
2.1.2.1 Tujuan Komunikasi.....	13
2.1.2.2 Unsur - Unsur Komunikasi.....	14
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran yang Efektif .....	17
2.1.3.2 Bauran Pemasaran.....	17

2.1.4 Tinjauan Kesadaran Merk ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	19
2.1.4.1 Pengertian Kesadaran Merk ( <i>Brand Awareness</i> ).....	21
2.1.4.2 Indikator Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	22
2.1.4.3 Manfaat Merek ( <i>Brand</i> ).....	22
2.1.5 Teknologi Komunikasi dan Media Sosial .....	23
2.1.6 Tinjauan Tentang Instagram.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran .....	27
<b>BAB III.....</b>	<b>32</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Informan Penelitian .....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Studi Pustaka .....	36
3.3.2 Studi Lapangan .....	38
3.4 Uji Keabsahan Data.....	40
3.5 Teknik Analisa Data .....	42
3.5.1 Proses Analisis Data.....	43
3.6 Lokasi & Waktu Penelitian.....	45
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	46
3.6.2 Waktu Penelitian.....	46
<b>BAB IV.....</b>	<b>48</b>
<b>HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	52
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian .....	57
4.1.3 Uraian Hasil Penelitian .....	61
4.2 Pembahasan.....	75
4.2.1 Strategi Pesan Human Greatness dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> melalui Media Sosial <i>Instagram</i> .....	76
4.2.2 Strategi Media Human Greatness dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> melalui Media Sosial <i>Instagram</i> .....	80
4.2.3 Strategi Kreatif Human Greatness dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> melalui Media Sosial <i>Instagram</i> .....	84

4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Human Greatness dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram.....	88
<b>BAB V .....</b>	<b>92</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	94
5.2.1 Bagi Human Greatness.....	94
5.2.2 Bagi Universitas.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>