

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.3.1 Maksud Penelitian .....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	12
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran .....	16
2.1.4 Tinjauan Tentang Bauran Pemasaran .....	18
2.1.5 Tinjauan Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	21
2.1.6 Tinjauan Media Sosial Instagram .....	23
2.1.7 Tinjauan Strategi Pemasaran Instagram .....	28
2.1.8 Tinjauan Tentang <i>Brand Awareness</i> .....	36

2.2	Kerangka Pemikiran .....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Desain Penelitian .....	42
3.2	Informan Penelitian .....	43
3.2.1	Informan Kunci.....	44
3.2.2	Informan Pendukung .....	45
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.3.1	Studi Pustaka .....	46
3.3.2	Studi Literatur.....	47
3.3.3	Studi Lapangan .....	48
3.4	Uji Keabsahan Data.....	51
3.4.1	Triangulasi Data.....	51
3.4.2	Melakukan Membercheck .....	52
3.5	Teknik Analisis Data .....	53
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
3.6.1	Lokasi Penelitian .....	54
3.6.2	Waktu Penelitian.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		56
4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	57
4.1.2	Deskripsi Identitas Informan .....	59
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Perencanaan dan Tujuan Pemasaran Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	63
4.2.2	Penjadwalan Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	71
4.2.3	Karakteristik Audiens Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	78

4.2.4	Penggunaan Instagram Copy Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	82
4.2.5	Penggunaan <i>Hashtag</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	86
4.2.6	Kerjasama <i>Influencer</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	87
4.2.7	Penggunaan Instagram <i>Ads</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	90
4.2.8	Penggunaan Instagram <i>Shopping Tools</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	92
4.3	Pembahasan .....	95
4.3.1	Perencanaan dan Tujuan Pemasaran Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	96
4.3.2	Penjadwalan Konten Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	99
4.3.3	Karakteristik Audiens Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	102
4.3.4	Penggunaan Instagram <i>Copy</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	105
4.3.5	Penggunaan <i>Hashtag</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	108

4.3.6	Kerjasama <i>Influencer</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	109
4.3.7	Penggunaan Instagram <i>Ads</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	112
4.3.8	Penggunaan Instagram <i>Shopping Tools</i> Mikhadou melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Konsumen.....	115
4.3.9	Strategi Komunikasi Pemasaran Mikhadou Bandung Dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen Melalui Media Sosial Instagram.....	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		120
5.1	Kesimpulan.....	120
5.2	Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA .....		123
LAMPIRAN.....		125