

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	10
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Tinjauan Pustaka.....	16
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi	16
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi	16
2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	17
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi	18
2.2.1.4 Tujuan Komunikasi	19
2.2.2 Tinjauan Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	20
2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.3 Tinjauan Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.2.3.1 Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.3.2 Tahap-tahap Strategi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2.4 Tinjauan Media Baru (<i>New Media</i>).....	26
2.2.5 Tinjauan Media Sosial.....	27
2.2.5.1 Pengertian Media Sosial.....	27
2.2.5.2 Pengertian Instagram	27
2.2.5.3 Fitur-fitur Instagram	28
2.2.5.4 <i>The Circular Model of SOME</i>	29
2.3 Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Informan Penelitian	39
3.2.1 Informan Kunci	41
3.2.2 Informan Pendukung.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1 Studi Pustaka.....	42
3.3.2 Studi Lapangan.....	44
3.3.3 Penelitian Terdahulu	46
3.4 Uji Keabsahan Data	46
3.5 Teknik Analisa Data	47
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	49
3.6.2 Waktu Penelitian	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	52
4.1.1.1 Sejarah Sphere Studio	52
4.1.1.2 Visi dan Misi Sphere Studio.....	54
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan Sphere Studio	55
4.1.2 Deskripsi Identitas Responden.....	58
4.1.2.1 Informan Kunci	58

4.1.2.2 Informan Pendukung	60
4.1.2.3 Deskripsi Akun Instagram @thespherestudio.....	61
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	65
4.1.3.1 Tahap Berbagi (<i>Share</i>) Sphere Studio Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram.	67
4.1.3.2 Tahap Mengoptimalkan (<i>Optimize</i>) Sphere Studio Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram.	69
4.1.3.3 Tahap Mengelola (<i>Manage</i>) Sphere Studio Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram.	70
4.1.3.4 Tahap Melibatkan (<i>Engage</i>) Sphere Studio dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram.....	72
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Tahap Berbagi (<i>Share</i>) Sphere Studio Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram.	75
4.2.2 Tahap Mengoptimalkan (<i>Optimize</i>) Sphere Studio Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram.....	77
4.2.3 Tahap Mengelola (<i>Manage</i>) Sphere Studio Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram	79

4.2.4 Tahap Melibatkan (<i>Engage</i>) Sphere Studio Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Sosial Instagram	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Bagi Sphere Studio.....	87
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	123