

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	9
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
BAB II.....	13

2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	18
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	25
2.1.4 Media Baru (<i>New Media</i>)	26
2.1.5 Media Sosial	29
2.1.6 Instagram	32
2.1.7 <i>Brand Awareness</i>	35
2.2 Kerangka Pemikiran	41
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
3.1 Desain dan Metode Penelitian	47
3.2 Informan Penelitian	48
3.2.1 Informan Kunci.....	48
3.2.2 Informan Pendukung	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1 Studi Pustaka	51
3.3.2 Studi Literatur	51
3.3.3 Studi Lapangan.....	53
3.4 Uji Keabsahan Data	54
3.4.1 Triangulasi	55
3.4.2 Diskusi Dengan Teman Sejawat.....	55
3.4.3 <i>Membercheck</i>	55
3.5 Analisis Data.....	56
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	58

3.6.1 Lokasi Penelitian	58
3.6.2 Waktu Penelitian.....	58
4.1 Analisis Objek Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	64
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	66
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian.....	71
4.2 Pembahasan	95
4.2.1 Proses berbagi (<i>Share</i>) Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @studiorosid Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> di Kalangan Pengikutnya	96
4.2.2 Proses Optimalisasi (<i>Optimize</i>) Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @studiorosid Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> di Kalangan Pengikutnya	98
4.2.3 Proses Mengelola (<i>Manage</i>) Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @studiorosid Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> di Kalangan Pengikutnya	101
4.2.4 Proses Melibatkan (<i>Engage</i>) Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @studiorosid Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> di Kalangan Pengikutnya	104
4.2.5 Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @studiorosid Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> di Kalangan Pengikutnya	107
BAB V.....	113
KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	117
5.2.1 Saran bagi Studio Rosid.....	117
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	119

DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	122
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	160