

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>viii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Pembatasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP</b> .....	<b>11</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	11
1. Komunikasi Pemasaran.....	11
2. Bauran Komunikasi Pemasaran .....	11
3. Marketing Mix .....	12
4. Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	13
5. Instagram.....	14
6. Strategi <i>Social Media Marketing</i> .....	16
7. <i>Brand</i> (Merek).....	25
8. <i>Brand Function</i> (Manfaat Merek) .....	26
9. Jenis Merek .....	27

10. Manfaat Merek .....	28
11. Peran <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....	29
12. Tahapan <i>Brand Awareness</i> .....	30
13. Macam-Macam Social Media Marketing .....	31
B. Kerangka Pemikiran .....	33
C. Penelitian Terdahulu .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	44
B. Pendekatan dan Metode .....	44
C. Operasionalisasi Konsep .....	45
D. Teknik Pemilihan Informan .....	46
E. Teknik Pengumpulan Data .....	47
F. Teknik Analisis Data .....	49
G. Uji Keabsahan Data ( Triangulasi Sumber ) .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
1. Sejarah Berdiri PT ENS Indonesia.....	54
2. Visi dan Misi .....	57
3. Struktur Organisasi .....	57
B. Hasil Penelitian .....	58
1. Tujuan Bisnis, Target Audiens, Analisis Social .....	58
2. Ide Besar dan Bercerita Di Media Sosial Dan Kisah Inspiratif .....	60
3. Integrasi Media Social Dengan Marketing, Advertising, Dan Public Relations.....	62
C. Pembahasan.....	65
1. Tujuan Bisnis, Target Audiens, Analisis Social .....	65
2. Ide Besar dan Bercerita Di Media Sosial Dan Kisah Inspiratif .....	68
3. Integrasi Media Social Dengan Marketing, Advertising, Dan Public Relations.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN</b>	