

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Pengguna Internet	3
Gambar 1.2 Perilaku Pengguna Internet	3
Gambar 1.3 Perilaku pengguna Media social.....	4
Gambar 1.4 model aisas.....	5
Gambar 1.5 Produk Mahkota Dewa Indonesia.....	6
Gambar 1.6 Hasil survei TBI.....	8
Gambar 2.7 Departement Perikalanan.....	35
Gambar 2.8 <i>Brand Equity</i>	48
Gambar 2.9 Piramida Kesadaran Merek.....	50
Gambar 2.10 Model Perilaku Konsumen.....	62
Gambar 2.11 Perilaku konsumen Era Digital.....	66
Gambar 2.12 Model AIDA.....	67
Gambar 2.13 Model AISAS.....	68
Gambar 3.14 Gambaran Analisis SWOT.....	81
Gambar 3.15 Bagan Alur Proses Kerja	88
Gambar 4.16 Analisis SWOT.....	91
Gambar 4.17 Followers Madu Tj	93
Gambar 4.18 Aktivitas media sosial Madu TJ.....	94
Gambar 4.19 Followers Vitabumin.....	95
Gambar 4.20 Aktivitas media sosial Vitabumin.....	96
Gambar 4.21 folowers Madu rasa.....	97

Gambar 4.22 Aktivitas media sosial Madu rasa.....	98
Gambar 4.23 Followers PT MDI.....	99
Gambar 4.24 Aktivitas media sosial PT MDI.....	100
Gambar 4.25 Big Idea.....	103
Gambar 4.26 Akun facebook.....	105
Gambar 4.27 Akun instagram Maducil.....	105
Gambar 4.28 Contoh <i>spam Comment</i>	107
Gambar 4.29 <i>Boost ads</i>	108
Gambar 4.30 <i>Paid promote Indonesia give away</i>	109
Gambar 4.31 Content USP Maducil.....	111
Gambar 4.32 Content Quotes.....	112
Gambar 4.33 Contoh Tips	114
Gambar 4.34 Contoh Attractive konten.....	115
Gambar 4.35 Unggahan content Instastory.....	116
Gambar 4.36 <i>Review Boost ads</i>	117
Gambar 4.37 Evaluasi konten harian.....	120
Gambar 4.38 Review konten harian IG.....	121
Gambar 4.39 hasil hashtag.....	122
Gambar 4.40 <i>Age & Gender</i>	123
Gambar 4.41 Total Enggament.....	124
Gambar 4.42 Unggahan Konten likes Terbanyak.....	124
Gambar 4.43 Jam dan Hari Posting.....	125
Gambar 4.44 komentar akun Maducil.....	127