

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Pertumbuhan UKM Kota Bandung Tahun 2010-2015.....	1
Tabel I.2	Produk-produk UKM Brownies Vannisa	2
Tabel I.3	Alamat Outlet UKM Brownies Vannisa.....	3
Tabel I.4	Perbandingan Harga Jual dan Kemasan Brownies Kukus Coklat.....	4
Tabel I.5	Komunikasi Pemasaran UKM Brownies Vannisa.....	5
Tabel I.6	Media Sosial UKM Brownies Vannisa	6
Tabel I.7	Tanggapan Responden Terhadap Produk Brownies Kukus Rasa Cokelat UKM Brownies Vannisa	8
Tabel II.1	Kerangka Dasar Komunikasi Umum	17
Tabel II.2	Tahapan <i>Benchmarking</i>	21
Tabel II.3	Perbandingan Metode.....	26
Tabel IV.1	Profil UKM Brownies Vannisa.....	35
Tabel IV.1	Profil UKM Brownies Vannisa (lanjutan)	36
Tabel IV.2	Perbandingan Penjualan Brownies	38
Tabel IV.3	Perbandingan Perusahaan	39
Tabel IV.4	Profil Amanda Brownies	40
Tabel IV.5	Perbandingan Bauran Komunikasi Pemasaran	42
Tabel IV.6	Identifikasi Perbedaan UKM Brownies Vannisa dan Amanda Brownies	49
Tabel IV.7	<i>Performance Indicator</i>	51
Tabel IV.8	Analisis Gap UKM Brownies Vannisa dengan Amanda Brownies	52
Tabel IV.8	Analisis Gap UKM Brownies Vannisa dengan Amanda Brownies (lanjutan)	53
Tabel V.1	Program Komunikasi Pemasaran	56
Tabel V.1	Program Komunikasi Pemasaran (lanjutan).....	57
Tabel V.2	<i>STP</i> UKM Brownies Vannisa	59
Tabel V.3	Media Sosial yang Sering Digunakan	60
Tabel V.4	Profil Akun Instagram Amanda Brownies	70
Tabel V.5	Kelebihan dan Kekurangan Twitter	73
Tabel V.6	Rancangan Biaya Implementasi	77

Tabel V.7 Prioritas Program Komunikasi Pemasaran.....	79
Tabel V.7 Prioritas Program Komunikasi Pemasaran (lanjutan)	80