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 *Benchmarking* 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 *Performance Indicator* 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 *STP* 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