

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran umum mengenai objek penelitian	1
1.1.1 Sejarah dan profil Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	4
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah.....	5
1.1.4 Dasar Hukum Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah	5
1.1.5 Produk dari Perusahaan Citra Mandiri Jawa Tengah.....	6
1.2 Latar Belakang Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.6 Batasan Masalah	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3 Media Sosial.....	13
2.1.4 Sosial Media Marketing	14

2.1.5.	Konten Marketing	15
2.1.6.	Instagram.....	16
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pemikiran	19
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1	Jenis Penelitian	21
3.2	Tahapan Penelitian Kualitatif.....	22
3.3	Pengumpulan Data.....	23
3.3.1	Informan.....	23
3.3.2	Instrumen Penelitian	24
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4	Teknik Analisis Data.....	33
3.5	Variebel Operasional	34
3.6	Teknik Keabsahan Data	36
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Deskripsi Informan	39
4.1.2	Hasil Wawancara dengan Informan.....	39
4.1.3	Hasil Observasi	46
4.1.4	Hasil Dokumentasi.....	48
4.2	Perencanaan Content Social Media Marketing	48
4.3	Analisis Penerapan.....	50
4.4	Evaluasi Akhir.....	55
4.5	Analisis dan Pembahasan.....	57
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63