

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Makna Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Purpose, Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.4 Produk Perusahaan.....	3
1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	6
1.2 Latar Belakang Masalah.....	6
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Batasan Masalah.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15

2.1.2	Manajemen Pemasaran	15
2.1.3	Sosial Media Marketing.....	16
2.1.4	Bauran Pemasaran.....	20
2.1.5	Bauran Promosi.....	22
2.1.6	Instagram	23
2.1.7	Konten Digital.....	24
2.2	Kerangka Pemikiran.....	25
2.3	Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Pendekatan Penelitian	28
3.2	Jenis Penelitian.....	28
3.3	Variabel Operasional.....	29
3.4	Tahapan Penelitian Kualitatif.....	32
3.5	Pengumpulan Data	35
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
3.7	Teknik Analisis Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Deskripsi Informan	51
4.1.2	Hasil Wawancara	52
4.1.3	Hasil Observasi	62
4.1.4	Hasil Dokumentasi.....	63
4.2	Analisis Perancangan	65
4.3	Penerapan Sosial Media	66
4.4	Evaluasi Sosial Media	67

4.5	Analisis Content Sosial Media	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN		79