

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>PROYEK AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan .....	1
1.1.2 Informasi Dasar Perusahaan .....	1
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	14
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	14
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	14
1.6 Batasan Masalah .....	14
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir .....	15
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.4 Promosi.....	18

2.1.5 Bauran Promosi.....	18
2.1.6 Social Media Marketing .....	20
2.1.7 Konten Marketing .....	20
2.1.8 Media Sosial .....	21
2.1.9 Jenis Media Sosial.....	21
2.1.10 Instagram .....	22
2.1.11 <i>Copywriting</i> .....	24
2.1.12 <i>Customer Insight</i> .....	24
2.1.13 <i>Media Planning</i> .....	25
2.1.14 <i>Content Planning</i> .....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3 Penelitian Terdahulu .....	27
<b>BAB 3 METODE DAN PERANCANGAN KONSEP .....</b>	<b>31</b>
3.1 Deskripsi Karya .....	31
3.2 Identifikasi Target Audience .....	31
3.2.1 Segmentasi.....	31
3.2.2 Targeting .....	33
3.2.3 Positioning .....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.3.1 Observasi .....	34
3.3.2 Wawancara .....	37
3.3.3 Dokumentasi.....	38
3.4 Hasil Observasi.....	38
3.5 Analisis Data .....	41
3.5.1 Analisis Objek Materi Komunikasi .....	43
3.5.2 Analisis Kompetitor .....	44
3.6 Strategi Perancangan Konten <i>Marketing</i> .....	46
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Perancangan Konten Sosial Media <i>Marketing</i> pada UMKM Baso Aci Raos by Dapoer Yeny Tahun 2022 .....	48
4.1.1 Menetapkan Tujuan (Goal Setting).....	48

4.1.2 Pemetaan Target Pasar (Audience Mapping) .....	49
4.1.3 Penggagasan Perencanaan Konten (Content Ideation) .....	49
4.1.4 Penciptaan Konten (Content Creation) .....	49
4.1.5 Distribusi Konten (Content Distribution).....	53
4.1.6 Penguatan Konten (Content Amplication) .....	54
4.2 Penerapan Konten Sosial Media Marketing pada UMKM Baso Aci Si Raos by Dapoer Yeny Tahun 2022 .....	54
4.2.1 Penerapan Konten .....	54
4.2.2 Hasil Wawancara .....	64
4.2.3 Hasil Dokumentasi.....	73
4.3 Hasil Evaluasi Penerapan Konten Sosial Media Instagram UMKM Baso Aci Si Raos by Dapoer Yeny Tahun 2022 .....	75
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
5.2.1 Saran untuk Perusahaan .....	82
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>