

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Anoon <i>Event Organizer</i>	1
1.1.2 Visi dan Misi Anoon <i>Event Organizer</i>	2
1.1.3 Logo	2
1.1.4 Produk/Layanan	2
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Batasan Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16

2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Media Sosial.....	17
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	18
2.1.5 Konten.....	19
2.1.6 Konten <i>Marketing</i>	20
2.1.7 TikTok.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran	22
2.3 Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Tahapan Penelitian	26
3.4 Pengumpulan Data	27
3.4.1 Sumber Data.....	27
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5 Uji Keabsahan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Deskripsi Informan	35
4.1.2 Hasil Wawancara	36
4.1.2.1 Perencanaan Konten Pemasaran.....	36
4.1.2.2 Penerapan Konten Pemasaran	39
4.1.2.3 Evaluasi Konten Pemasaran	41

4.1.3 Hasil Observasi	45
4.1.4 Hasil Dokumentasi.....	45
4.1.5 Penerapan Konten Media Sosial TikTok	49
4.1.6 Hasil Penerapan Konten Media Sosial TikTok.....	49
4.1.7 Evaluasi Konten Media Sosial TikTok.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	64
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67
LAMPIRAN 1	67
LAMPIRAN 2.....	68
LAMPIRAN 3.....	73
LAMPIRAN 4.....	74