

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo dan Makna Perusahaan	1
1.1.3 Visi, Misi dan Tata Nilai Perusahaan	2
1.1.4 Produk Perusahaan	2
1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Batasan Masalah	10
1.7 Sistematika Penelitian Laporan Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Digital Marketing	13
2.1.4 Pengertian <i>Content Marketing</i>	14
2.1.5 Manfaat <i>Content Marketing</i>	14
2.1.6 Indikator <i>Content Marketing</i>	15

2.1.7	Pengertian Media Sosial	16
2.1.8	Jenis-Jenis Media Sosial.....	17
2.1.9	Tiktok	18
2.1.10	Pengertian <i>Brand</i> (Merek).....	19
2.1.11	<i>Brand awareness</i> (Kesadaran Brand).....	20
2.2	Kerangka Pemikiran	21
2.3	Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Pendekatan Penelitian	25
3.2	Jenis Penelitian	26
3.3	Variabel Operasional	26
3.4	Tahapan Penelitian.....	28
3.5	Populasi Dan Sampel	29
3.5.1	Populasi	29
3.5.2	Sampel	30
3.6	Pengumpulan Data.....	31
3.6.1	Metode Pengumpulan Data	32
3.6.2	Sumber Data	37
3.7	Uji Keabsahan Data	38
3.8	Teknis Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Deskripsi Informan	45
4.1.2	Hasil Wawancara.....	46
4.1.3	Hasil Dokumentasi.....	50
4.2	Analisis Perancangan.....	52
4.3	Penerapan Konten <i>Marketing</i> Pada Media Sosial Tiktok.....	54
4.4	Evaluasi	59
4.4.1	<i>Insight</i> Akun Tiktok Berdasarkan <i>Overview</i>	61
4.4.2	<i>Insight</i> Akun Tiktok Berdasarkan Konten.....	62

4.4.3	<i>Insight</i> Akun Tiktok Berdasarkan <i>Followers</i>	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		76