

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
SURAT KETERANGAN USAHA	3
HALAMAN PERNYATAAN	1
ABSTRAK	2
Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Media Sosial dan Promosi	2
ABSTRACT	3
KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI	6
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah PT Telkom Indonesia.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Logo Perusahaan.....	1
1.1.4 Produk dan Layanan	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Batasan Masalah.....	10
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	11
BAB I PENDAHULUAN	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
BAB III METODE PENELITIAN	11
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	11

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Bauran Pemasaran	13
2.1.3 Promosi.....	14
2.1.4 Bauran Promosi	14
2.1.5 Social Media	15
2.1.6 Social Media Marketing.....	15
2.1.7 Karakteristik Social Media Marketing	16
2.1.8 Tik Tok.....	17
2.1.9 Pemasaran Dalam Media Sosial	18
2.1.10 Konten Marketing.....	18
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Operasional Variabel	28
3.4 Tahapan Penelitian	31
3.5 Populasi dan Sampel.....	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel.....	32
3.6 Pengumpulan Data.....	32
3.7 Uji Keabsahan Data	33
3.8 Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.2 Deskripsi Informan	38
4.2.1 Hasil Wawancara.....	39
4.2.2 Hasil Observasi.....	50

4.2.3 Hasil Dokumentasi	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69