

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo dan Makna Logo.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi	3
1.1.4 Visi Misi.....	3
1.1.5 Produk.....	3
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Digital Marketing.....	12
2.1.4 Engagement Metrics	13
2.1.5 Pemasaran Media Sosial	15
2.2 Penelitian Terdahulu	19

2.3	Kerangka Pemikiran.....	24
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	25
3.1	Pendekatan Penelitian	25
3.2	Jenis Penelitian.....	25
3.3	Variabel Operasional.....	26
3.4	Tahapan lapangan.....	26
3.5	Informan Penelitian	27
3.6	Pengumpulan Data	28
3.7	Teknik Pengumpulan Data	28
3.7.1	Pengumpulan Data dengan Observasi	28
3.7.2	Pengumpulan Data dengan Wawancara.....	31
3.7.3	Pengumpulan Data dengan Dokumentasi	34
3.7.4	Triangulasi	34
3.8	Uji Keabsahan Data.....	35
3.9	Teknik Analisis Data.....	36
BAB 4	PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Hasil Penelitian	38
4.1.1	Deskripsi Informan	38
4.1.2	Hasil Wawancara	38
4.1.3	Hasil Observasi	51
4.1.4	Hasil Dokumentasi.....	52
4.2	Analisis Engagement Rate	58
4.3	Instagram.....	61
4.4	Pembahasan.....	68
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	71

5.2.1	Saran untuk Perusahaan	71
5.2.2	Saran untuk Peneliti Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA.....		73
LAMPIRAN.....		75