

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
KATA PENGANTAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Logo dan Makna Logo.....	2
1.1.4 Produk.....	2
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6 Batasan Masalah.....	9
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Promosi.....	13
2.1.5 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.6 Media Sosial.....	13
2.1.6.1 Dimensi Media Sosial.....	14
2.1.7 Media Sosial Instagram.....	14
2.1.8 <i>Social Media Marketing</i>	15
2.1.9 Konten Marketing.....	16
2.1.9.1 Copywriting.....	17
2.1.9.2 Tahapan Pembuatan Konten.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Jenis Penelitian.....	22
3.3 Tahapan Penelitian.....	22
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.5 Pengumpulan Data.....	24
3.6 Uji Keabsahan Data.....	29
3.7 Pengumpulan Data dengan Tringulasi.....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV.....	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Deskripsi Informan.....	33
4.1.2 Hasil Observasi.....	34
4.1.3 Hasil Wawancara.....	35
4.2 Penerapan Konten Marketing Toko Mas Berkah.....	40
4.3 Hasil Dokumentasi.....	44
4.4 Penerapan Konten Marketing Toko Mas Berkah.....	46
4.5 Evaluasi Konten Marketing.....	51
4.5.1 Insight Instagram Berdasarkan Akun yang Dijangkau.....	52
4.5.2 <i>Insight</i> Instagram Berdasarkan Konten.....	53
4.5.3 <i>Insight</i> Instagram Berdasarkan <i>Followers</i>	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60