

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	12
1.1.1 Profil Sidiroom.id	12
1.1.2 Visi dan Misi Sidiroom.id.....	12
1.1.3 Logo dan Makna Logo	13
1.1.4 Produk/Layanan.....	13
1.2 Latar Belakang	14
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Batasan Masalah.....	18
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Bauran Pemasaran	20
2.1.3 Bauran Promosi	21
2.1.4 Media Sosial Marketing.....	22
2.1.5 Social Media Instagram	23
2.1.6. Media Sosial Marketing.....	24
2.1.7 Konten Marketing.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian	30

3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Oprasional Variabel.....	31
3.4 Tahapan Penelitian.....	32
3.5 Informan atau Sumber.....	33
3.6 Pengumpulan Data.....	34
3.7 Uji Keabsahan Data yang Diperoleh.....	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Reduksi Data.....	36
3.8.2 Penyajian Data.....	36
3.8.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Deskripsi Informan.....	38
4.1.2 Hasil Wawancara.....	38
4.1.3 Hasil Wawancara.....	39
4.1.4 Hasil dokumentasi.....	47
4.2 Menentukan Tujuan Pembuatan Konten Sidiroom.....	48
4.3 Target Mapping Untuk Konten Sidiroom.id.....	48
4.4 Perencanaan Konten Sidiroom.id.....	49
4.5 Membuat Konten Sidiroom.id.....	50
4.6 Mendistribusikan Konten Sidiroom.id.....	62
4.7 Penguatan Konten Sidiroom.id.....	62
4.8 Evaluasi Konten Sidiroom.id.....	63
4.9 Penyempurnaan Konten Sidiroom.id.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	66
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	69