

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Proyek Akhir	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Logo dan Makna Logo	2
1.1.4 Produk dan Layanan.....	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Proyek Akhir.....	8
1.5 Kegunaan Praktis Proyek Akhir.....	9
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Pemasaran Digital	11
2.1.4 Pemasaran Media Sosial.....	11

2.1.5	<u>Pemasaran melalui Media Sosial Instagram</u>	12
<u>BAB III METODE PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BURSA CAMERA JM</u>		15
3.1	<u>Perancangan</u>	15
3.2	<u>Strategi</u>	17
<u>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</u>		19
4.1	<u>Penerapan Perancangan</u>	19
4.1.1	<u>Pembuatan Profil</u>	19
4.1.2	<u>Tujuan Pemasaran Konten</u>	19
4.1.3	<u>Menentukan <i>Brand</i> yang Konsisten</u>	20
4.1.4	<u>Menentukan <i>Caption</i></u>	20
4.1.5	<u>Membuat <i>Highlight</i></u>	20
4.1.6	<u>Membuat Konten Kalender</u>	21
4.2	<u>Penerapan Strategi</u>	21
4.2.1	<u>Identifikasi Target Audiens</u>	21
4.2.2	<u>Desain Akun Instagram</u>	22
4.2.3	<u>Pengaturan Akun Instagram</u>	23
4.2.4	<u>Pengembangan Konten</u>	23
4.2.5	<u>Menumbuhkan Audiens</u>	24
4.2.6	<u>Pengukuran Tingkat Keberhasilan</u>	25
<u>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</u>		30
5.1	<u>Kesimpulan</u>	30
5.2	<u>Saran</u>	30
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		32