

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Roti Panas.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Roti Panas	2
1.1.3 Logo dan Makna Logo	2
1.1.4 Produk Roti Panas	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.6 Batasan Masalah.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Sosial Media	16
2.1.2.1 Konsep Sosial Media.....	16

2.1.2.2	Sosial Media <i>Marketing</i>	16
2.1.2.3	Instagram	18
2.1.2.4	<i>Content Marketing</i>	20
2.2	Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Pendekatan Penelitian	25
3.2	Jenis Penelitian	26
3.3	Variabel Operasional	26
3.4	Tahapan Penelitian Kualitatif	27
3.5	Populasi dan Teknik Sampling	29
3.5.1	Populasi	29
3.5.2	Teknik Sampling	30
3.6	Teknik Pengumpulan Data Penelitian	31
3.7	Uji Keabsahan Data yang Diperoleh	34
3.8	Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Hasil Penelitian	38
4.1.1	Perancangan Konten <i>Marketing</i>	38
4.1.1.1	Deskripsi Informan	38
4.1.2	Wawancara	39
4.1.3	Hasil Wawancara Dengan Informan	39
4.1.4	Evaluasi Insight Awal	42
4.1.5	Aspek-aspek Dalam Konten Instagram	44
4.1.6	Karakteristik Konten <i>Marketing</i>	45
4.2	Pelaksanaan	45
4.2.1	Ide Konten <i>Marketing</i>	45
4.2.2	Tabel Penjadwalan Konten	46
4.3	Evaluasi	52
4.3.1	Evaluasi Media Sosial	52
4.3.2	Analisis Konten Media Sosial	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	61