

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Struktur Organisasi	3
1.1.5 Produk/Layanan	4
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Batasan Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.4 Digitalisasi	14
2.1.5 Konten <i>Marketing</i>	14
2.1.6 Perencanaan Konten.....	16
2.1.7 Copywriting	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21

3.2 Jenis Penelitian.....	21
3.3 Variabel Oprasional.....	22
3.4 Tahapan Penelitian	25
3.5 Pengumpulan Data.....	27
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data Melalui Observasi.....	28
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data Melalui Wawancara	28
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data Melalui Dokumentasi	29
3.5.4 Teknik Pengumpulan Data Dengan Gabungan/Triangulasi	29
3.5.5 Informan atau Sumber Data Penelitian	29
3.5.6 Instrumen Penelitian	30
3.5.7 Sumber Data.....	30
3.6 Uji Keabsahan Data	31
3.6.1 Triangulasi sumber.....	31
3.6.2 Triangulasi Teknik.....	31
3.6.3 Kesimpulan	31
3.7 Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Deskripsi Informan	32
4.1.2 Hasil Wawancara.....	32
4.1.3 Hasil Observasi	37
4.1.4 Hasil Dokumentasi.....	38
4.1.5 Perencanaan Konten.....	43
4.2 Tahap Pelaksanaan	43
4.3 Tahap Evaluasi	50
4.3.1 Hasil Wawancara.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55