

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN.....	<i>i</i>
PERNYATAAN.....	<i>i</i>
KATA PENGANTAR	<i>ii</i>
ABSTRAK.....	<i>iii</i>
ABSTRACT.....	<i>iv</i>
DAFTAR ISI.....	<i>v</i>
DAFTAR TABEL	<i>vii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>viii</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>ix</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Solusi	1
1.3 Tujuan	2
1.4 Penjadwalan Kerja	2
BAB II PROFIL ORGANISASI	<i>5</i>
2.1 Deskripsi Organisasi.....	5
2.2 Struktur Organisasi dan Tata Kelola	6
2.3 Deskripsi Pekerjaan	7
BAB III ANALISIS PEKERJAAN	<i>9</i>
3.1 Landasan Teori.....	9
3.1.1 Pemasaran.....	9
3.1.2 Manajemen Pemasaran	9
3.1.3 Bauran Pemasaran	10
3.1.4 Pemasaran <i>Digital</i>	11
3.1.5 Komunikasi Pemasaran	12
3.1.6 Media Sosial	12
3.1.7 Media Sosial <i>Marketing</i>	13
3.1.8 Instagram.....	13

3.1.9 Konten <i>Marketing</i>	14
3.2 Kerangka Pemikiran	15
3.2.1 Tahapan Pembuatan Konten.....	16
3.3 Analisis Sistem	19
3.3.1 Gambar Sistem Saat Ini	20
3.3.2 Pengembangan Sistem	20
3.3.3 Kualitas/Kinerja Sistem	21
3.4 Kebutuhan Perangkat Kerja	22
3.4.1 Pengembangan Sistem	22
3.4.2 Implementasi Sistem	24
3.6 Sub Bab Tambahan	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hasil Penelitian	26
4.1.2 Deskripsi Informan	27
4.1.2 Hasil Wawancara	27
4.2 Kesimpulan Hasil Wawancara.....	30
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	31
4.3.1 Menetapkan Tujuan (Goal Setting)	31
4.3.2 Pemetaan Target Pasar (Audience Mapping)	32
4.3.3 Penggagasan dan Perencanaan Konten (<i>Content</i> Ideation and Planning).....	32
4.4 Hasil Akhir	32
4.5 Pengujian Luaran	33
4.6 Sub Bab Lain yang Relevan dengan Kompetensi Lulusan Program Studi.....	34
BAB V PENUTUP.....	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	39