

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
ABSTRAK.....	<i>vi</i>
ABSTRACT.....	<i>vii</i>
DAFTAR ISI.....	<i>viii</i>
DAFTAR TABEL	<i>x</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xi</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah.....	<i>3</i>
1.3 Tujuan Penelitian	<i>3</i>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<i>4</i>
1.5 Batasan Ruang Lingkup.....	<i>4</i>
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	<i>4</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	<i>6</i>
2.1 Landasan Teori.....	<i>6</i>
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.2 Manajemen pemasaran	6
2.1.3 Digital marketing	7
2.1.4 Media Sosial.....	7
2.1.5 Instagram	7
2.1.6 UMKM	8

2.1.7 Konten Kalender	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	9
2.3 Kerangka Pemikiran	16
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Pendekatan Penelitian.....	18
3.2 Jenis Penelitian	18
3.3 Variable Operasional (jika diperlukan)	19
3.4 Tahapan Penelitian	20
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.7 Teknik Analisis Data Kualitatif	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Deskripsi Hasil	24
4.1.2 Deskripsi Informan	24
4.1.2 Hasil Observasi.....	25
4.1.3 Hasil Wawancara.....	26
4.2 Analisis Dan Interpretasi Data.....	30
BAB V PENUTUP	32
5.1 Kesimpulan.....	32
5.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN	35
HALAMAN TAMBAHAN	37