

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan PT. Telkom Indonesia.....	1
1.1.3 Visi Dan Misi PT. Telkom Indonesia	2
1.1.4 Nilai Utama PT. Telekomunikasi Indonesia	3
1.1.5 Instagram Telkom Jabar.....	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	8
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pemasaran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Bauran pemasaran	10
2.1.4 Bauran Promosi.....	11
2.1.5 Digital Marketing.....	11
2.1.6 Media Sosial.....	12
2.1.7 Media Sosial Marketing	12
2.1.9 Konten Marketing	13
2.2 Kerangka pemikiran.....	14
2.3 Penelitian terdahulu.....	15
3.1 Pendekatan Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Variabel Operasional.....	19
3.1 Lokasi Penelitian.....	20
3.2 Pengumpulan Data Informan	20

3.3	Tahap Penelitian Kualitatif	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data	22
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data Dengan Observasi.....	22
3.4.2	Pengumpulan Data Dengan Wawancara	23
3.4.3	Pengumpulan Data Dengan Dokumentasi.....	24
3.4.4	Pengumpulan Data Dengan Triangulasi.....	24
3.5	Analisis Data	25
3.6	Teknik Keabsahan.....	27
BAB IV		28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Hasil penelitian	28
4.1.1	Deskripsi Informan	28
4.1.2	Hasil Wawancara	29
4.1.3	Hasil Observasi	35
4.1.4	Hasil Dokumentasi	36
4.2	Perencanaan Konten Media Sosial.....	38
4.3	Penerapan Konten Media Sosial	39
4.1	Evaluasi Konten Media Sosial	44
4.2	Pembahasan Konten Media Sosial.....	51
BAB 5		52
KESIMPULAN DAN SARAN.....		52
5.1	kesimpulan.....	52
5.2	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		54
Jurnal.....		55
Website		55
LAMPIRAN.....		56