

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN	I
HALAMAN PERNYATAAN	II
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR TABEL.....	X
BAB 1 PENDAHULUAN.....	11
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	11
1.1.1 Profil Ruang Bimbingan Indonesia.....	11
1.1.2 Visi Dan Misi Ruang Bimbingan Indonesia	11
1.1.3 Logo Ruang Bimbingan Indonesia	11
1.1.4 Produk/Layanan	12
1.1.5 Struktur Organisasi.....	14
1.2 Latar Belakang.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Batasan Masalah	19
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	20
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Pemasaran	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.3 Perilaku Konsumen	21
2.1.4 Instaram.....	22
2.1.5 Konten Marketing	23
2.1.6 Social Media Marketing.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran	30
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	32

3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Jenis Penelitian	32
3.3 Tahap Penelitian	32
3.5 Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Teknik Analisis Keabsahan Data.....	40
BAB 4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Deskripsi Informan.....	42
4.1.2 Hasil wawancara	43
4.1.3 Hasil Observasi	47
4.1.4 Hasil Dokumentasi	48
4.2 Hasil Analisis.....	50
4.2.2 Hasil Penerapan	51
4.2.3 Analisis Evaluasi.....	55
BAB 5 Kesimpulan Dan Saran	60
5.1 Kesimpulan	60
5.1.1 Perancangan konten media sosial Instagram Ruang Bimbingan Indonesia	60
5.1.2 Penerapan konten media sosial Instagram Ruang Bimbingan Indonesia.....	60
5.1.3 Efektifitas konten media sosial Instagram Ruang Bimbingan Indonesia	60
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Perancangan konten media sosial Instagram Ruang Bimbingan Indonesia	61
5.2.2 Penerapan konten media sosial Instagram Ruang Bimbingan Indonesia.....	61
5.2.3 Efektifitas konten media sosial Instagram Ruang Bimbingan Indonesia.....	61
Daftar Pustaka.....	62
Lampiran	63