

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
KATA PENGANTAR	ix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo dan Makna Logo	2
1.1.4 Produk.....	2
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Batasan Masalah	9
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Promosi.....	13
2.1.5 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.6 Media Sosial	13
2.1.6.1 Dimensi Media Sosial	14
2.1.7 Media Sosial Instagram	14
2.1.8 <i>Social Media Marketing</i>	15
2.1.9 Konten Marketing	16
2.1.9.1 Copywriting.....	17
2.1.9.2 Tahapan Pembuatan Konten.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Jenis Penelitian	22
3.3 Tahapan Penelitian.....	22
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.5 Pengumpulan Data.....	24
3.6 Uji Keabsahan Data	29
3.7 Pengumpulan Data dengan Tringulasi.....	30
3.8 Teknik Analisis Data	31
BAB IV	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Deskripsi Informan.....	33
4.1.2 Hasil Observasi.....	34
4.1.3 Hasil Wawancara.....	35
4.2 Penerapan Konten Marketing Toko Mas Berkah	40
4.3 Hasil Dokumentasi	44
4.4 Penerapan Konten Marketing Toko Mas Berkah	46
4.5 Evaluasi Konten Marketing	51
4.5.1 Insight Instagram Berdasarkan Akun yang Dijangkau	52
4.5.2 <i>Insight</i> Instagram Berdasarkan Konten	53
4.5.3 <i>Insight</i> Instagram Berdasarkan <i>Followers</i>	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60