

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.1 Sejarah Perusahaan</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.2 Objek Penelitian</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.6 Batasan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir</b> .....	<b>9</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.1 Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.2 Media Sosial</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1.3 Konten Pemasaran</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1.4 Kampanye Pemasaran</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.5 Efektivitas Sosial Media</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.6 EPIC Model</b> .....	<b>14</b>

2.2	Penelitian Terdahulu.....	17
2.3	Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III.....		21
METODOLOGI PENELITIAN.....		21
3.1	Pendekatan Penelitian.....	21
3.2	Jenis Penelitian.....	21
3.3	Variabel Operasional.....	21
3.3.1	Variabel Operasional.....	21
3.3.2	Skala Pengukuran.....	23
3.4	Tahapan Penelitian.....	24
3.5	Populasi dan Sampel.....	25
3.5.1	Populasi.....	25
3.5.2	Sampel.....	26
3.6	Pengumpulan Data.....	27
3.7	Uji Keabsahan Data yang Diperoleh.....	28
3.7.1	Uji Validitas.....	28
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.8	Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1	Analisis Tabulasi Sederhana.....	31
BAB IV.....		33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Hasil Penelitian.....	33
4.1.1	Karakteristik Responden.....	33
4.1.2	Alat Ukur Validasi.....	36
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Analisis Tabulasi Sederhana.....	37
4.2.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden pada Variabel X.....	47
BAB V.....		49
KESIMPULAN DAN SARAN.....		49

<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>49</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>50</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Bagi Perusahaan .....</b>	<b>50</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Bagi Peneliti Selanjutnya .....</b>	<b>51</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1. Logo Telkom Indonesia .....	1
GAMBAR 1.2. Campaign SLI Telkom Jabar .....	3
GAMBAR 1.3. Instagram SLI Telkom Jabar .....	5
GAMBAR 1.4. Isi Konten SLI Telkom Jabar.....	5
GAMBAR 1.5. Penetrasi Internet di Indonesia (2018-2022) .....	7
GAMBAR 2.1. Kerangka Pemikiran .....	20
GAMBAR 3.1. Tahapan Penelitian .....	24
GAMBAR 3.2. Distribusi Nilai rtabel .....	29
GAMBAR 3.3. Rentang Skala .....	32
GAMBAR 4.1. Data Responden Berdasarkan Usia.....	33
GAMBAR 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
GAMBAR 4.3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
GAMBAR 4.4. Rentang Skala Dimensi Empathy .....	39
GAMBAR 4.5. Rentang Skala Dimensi Persuasion .....	42
GAMBAR 4.6. Rentang Skala Dimensi Impact .....	45
GAMBAR 4.7. Rentang Skala Dimensi Communication.....	47
GAMBAR 4.8. Rentang Skala Rekapitulasi EPIC Rate .....	48

## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1. Penelitian Terdahulu .....	17
TABEL 3.1. Variabel Operasional.....	22
TABEL 3.2. Skala Pengukuran .....	24
TABEL 3.3. Klasifikasi Koefisien Reabilitas .....	31
TABEL 3.4. Kriteria Penilaian .....	32
TABEL 4.1. Hasil Uji Validitas 100 Responden .....	36
TABEL 4.2. Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden .....	37
TABEL 4.3. Skor Hasil Dimensi Empathy .....	38
TABEL 4. 4. Skor Hasil Dimensi Persuasion .....	40
TABEL 4. 5. Skor Hasil Dimensi Impact .....	42
TABEL 4. 6. Skor Hasil Dimensi Communication.....	45
TABEL 4. 7. Rekapitulasi Tanggapan Responden .....	47