

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Rangkuman Teori .....	10
2.1.1 Teori Komunikasi .....	10
2.1.2 Pemasaran <i>Digital</i> .....	11
2.1.3 Pemasaran Konten ( <i>Content Marketing</i> ).....	13
2.1.4 UMKM.....	18
2.1.5 Media Sosial.....	19
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	32

3.3.1 Subjek Penelitian .....	32
3.3.2 Objek Penelitian.....	32
3.4 Informan Penelitian .....	33
3.5 Lokasi Penelitian .....	34
3.6 Unit Analisis Penelitian.....	34
3.7 Pengumpulan Data Penelitian .....	36
3.8 Teknik Analisis Data .....	37
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Penetapan Tujuan.....	40
4.1.2 Pemetaan Target Pasar .....	42
4.1.3 Penggagasan dan Perencanaan Konten .....	44
4.1.4 Penciptaan Konten .....	47
4.1.5 Distribusi Konten .....	50
4.1.6 Penguatan Konten .....	53
4.1.7 Evaluasi Pemasaran Konten.....	56
4.1.8 Perbaikan Pemasaran Konten.....	58
4.2 Pembahasan .....	60
4.2.1 Menentukan Tujuan .....	61
4.2.2 Pemetaan Target Pasar .....	62
4.2.3 Penggagasan dan Perencanaan Konten .....	63
4.2.4 Penciptaan Konten .....	64
4.2.5 Distribusi Konten .....	65
4.2.6 Penguatan Konten .....	66
4.2.7 Evaluasi Pemasaran Konten.....	67
4.2.8 Pengembangan Pemasaran Konten .....	68
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran .....	69
5.2.1 Saran Akademis .....	69
5.2.2 Saran Praktis .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>