

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo dan Makna Logo	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.6 Batasan Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Digital Marketing	9
2.1.4 Media Sosial.....	10
2.1.5 Sosial Media Marketing	10
2.1.6 Konten	12
2.1.7 Konten <i>Marketing</i>	12

2.1.8	Konten Media Sosial	12
2.1.9	Jenis-jenis Konten Media Sosial	13
2.1.11	Instagram.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Kerangka Pemikiran	20
BAB III	METODE PENELITIAN	21
3.1	Pendekatan Penelitian.....	21
3.2	Jenis Penelitian	21
3.3	Variabel Operasional	22
3.4	Tahap Penelitian	23
3.5	Populasi dan Sampel	25
3.5.1	Populasi	25
3.5.2	Sampel.....	25
3.5.3	Informan.....	25
3.6	Instrumen dan Pengumpulan Data	26
3.6.1	Instrumen Penelitian.....	26
3.6.2	Pengumpulan Data	27
3.6.3	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7	Uji Keabsahan Data yang Diperoleh	29
3.8	Teknik Analisi Data.....	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Hasil Penelitian.....	32
4.1.1	Deskripsi Informan.....	32
4.2	Hasil Wawancara Dengan Informan	33
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran	47
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	47
5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	51