

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT.....	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Perusahaan	1
1.1.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.....	1
1.1.2 Profile PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.....	2
1.1.3 Visi Misi PT. Telekomunikasi Indonesia	7
1.2 Latar Belakang.....	8
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.6 Batasan Penelitian	17
1.7 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Pemasaran.....	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.3 Digital Marketing	20
2.1.4 Content Marketing.....	20
2.1.5 Media Sosial	21
2.1.6 Instagram	22
2.1.7 Customer Engagement.....	22
2.1.8 Kerangka Pemikiran	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Variabel Operasional Dan Skala Pengukuran	30
3.3 Tahapan Penelitian	31
3.4 Pengumpulan Data Penelitian.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Deskripsi Informan.....	44
4.1.2 Hasil Wawancara.....	45
4.1.3 Hasil Observasi.....	56
4.1.4 Hasil Dokumentasi	57
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Analisis Customer Engagement	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77