

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Mufidah Official	1
1.1.3 Makna Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.5 Produk Perusahaan.....	4
1.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan	6
1.2 Latar Belakang Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Batasan Masalah.....	14
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.3 Promosi	16
2.1.4 Pemasaran <i>Digital</i>	17

2.1.5 Media Sosial	18
2.1.6 Konten <i>Marketing</i>	18
2.1.7 Instagram	20
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.3 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Variabel Operasional.....	30
3.4 Tahapan Penelitian	31
3.5 Pengumpulan Data.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6.1 Observasi	35
3.6.2 Wawancara.....	38
3.6.3 Dokumentasi	42
3.6.4 Triangulasi (Gabungan).....	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Teknik Analisis Keabsahan Data.....	45
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Deskripsi Informan	47
4.1.2 Hasil Wawancara	48
4.1.3 Hasil Observasi	53
4.1.4 Hasil Dokumentasi.....	54
4.2 Perencanaan Konten Media Sosial	55
4.3 Penerapan Konten Media Sosial.....	57
4.4 Evaluasi Konten Media Sosial.....	106
4.5 Pembahasan Konten Media Sosial	117
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan.....	118

5.2 Saran	119
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	119
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	119
DAFTAR PUSTAKA	120