

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Profil Perusahaan	1
1.1.3 Logo Perusahaan dan Makna.....	2
1.1.4 Misi dan Motto Perusahaan	4
1.1.5 Struktur Organisasi	5
1.1.6 Iris Garden	5
1.1.7 Jenis-Jenis Produk	6
1.2 Latar Belakang	8
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	16
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	17
1.6 Batasan Masalah.....	17
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	17
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Pemasaran.....	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19

2.1.3 Pemasaran Digital	20
2.1.4 Promosi	20
2.1.5 Konten <i>Marketing</i>	21
2.1.6 Media Sosial	25
2.1.7 Instagram	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian	31
3.3 Variabel Operasional	32
3.4 Tahapan Penelitian	33
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.6 Pengumpulan Data	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7.1 Pengumpulan Data dengan Observasi	35
3.7.2 Pengumpulan Data dengan Wawancara/Interview	39
3.7.3 Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumen	42
3.7.4 Triangulasi	43
3.8 Teknik Analisis Data	44
3.9 Teknik Keabsahan Data	46
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Deskripsi Informan	49
4.1.2 Hasil Wawancara	49
4.1.3 Hasil Observasi	59
4.1.4 Hasil Dokumentasi	60
4.2 Perencanaan Konten Media Sosial	63
4.3 Penarapan Konten Media Sosial	64
4.4 Evaluasi Media Sosial	81

4.5 Pembahasan Konten Media Sosial	89
BAB V	91
KESIMPULAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	92
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93