

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Inovindo Digital Media .....	1
1.1.2 Logo dan Makna Logo PT. Inovindo Digital Media .....	1
1.1.3 Visi dan Misi PT. Inovindo Digital Media .....	2
1.1.4 Layanan PT. Inovindo Digital Media .....	3
1.1.5 Struktur Organisasi PT. Inovindo Digital Media .....	3
1.2 Latar Belakang Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	9
1.6 Batasan Penelitian .....	10
1.7 Sistematika Penulisan Laporan .....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Bauran Promosi.....	12
2.1.5 Digital Marketing.....	13
2.1.6 Media Sosial.....	14
2.1.7 Media Sosial <i>Marketing</i> .....	14

2.1.8 Tujuan <i>Social Media Marketing</i> .....	14
2.1.9 Konten <i>Marketing</i> .....	15
2.1.10 Instagram.....	18
2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
2.3 Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	23
3.2 Jenis Penelitian.....	23
3.3 Tahapan Penelitian Kualitatif .....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	24
3.4.1 Informan atau Sumber Data Penelitian .....	24
3.4.2 Instrumen Penelitian .....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Variabel Operasional .....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	36
<b>BAB 4 PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	37
4.1.1 Deskripsi Informan .....	37
4.1.2 Hasil Wawancara .....	37
4.1.3 Hasil Observasi .....	48
4.1.4 Hasil Dokumentasi.....	49
4.2 Perencanaan Konten Media Sosial.....	52
4.3 Penerapan Konten Media Sosial .....	53
4.4 Evaluasi Konten Media Sosial .....	58
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	69
4.6 Pembahasan Konten Media Sosial.....	71
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran .....	74
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	74
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>