

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan GYUSOE	1
1.1.2 Logo dan Makna Logo.....	1
1.1.3 Informasi Dasar UMKM Gyusoe Bandung	1
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.5 Struktur Organisasi	2
1.1.6 Produk.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Batasan Masalah	11
1.6 Kegunaan Penelitian	12
1.6.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.6.2 Kegunaan Praktisi.....	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II	14

TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Rangkuman Teori	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.1.3 Bauran Promosi	16
2.1.4 Media sosial	16
2.1.3 Pemasaran Media Sosial	17
2.1.4 Manfaat Media Sosial Pemasaran	17
2.1.5 Peran Pemasaran Media Sosial.....	18
2.1.6 Indikator Social Media Marketing.....	18
2.1.7 Keuntungan Social Media Marketing	19
2.1.8 Kelemahan Social Media Marketing	19
2.1.9 Instagram.....	20
2.1.9 Instagram Insight	22
2.1.10 Konten Digital Marketing	22
2.2 kerangka Pemikiran	23
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Tahapan Penelitian	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data Penelitian	30
3.3.1 Informa atau Sumber Data Penelitian.....	30
3.3.2 Instrumen Penelitian	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Variabel Operasional.....	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
BAB IV	36

HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Deskripsi Informan	36
4.1.2 Hasil Wawancara Dengan Informan.....	36
4.1.3 Hasil Observasi.....	43
4.1.4 Hasil Dokumentasi.....	44
4.2 Perencanaan Konten Media Sosial.....	45
4.3 Penerapan Konten Media Sosial	46
4.4 Evaluasi Hasil Konen Media Sosial	51
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V	57
KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	57