

DAFTAR ISI

	Halaman
PROYEK AKHIR.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Informasi Dasar Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Kegunaan Akademis	14
1.5.2 Kegunaan Praktis	14
1.6 Batasan Masalah	14
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.4 Promosi.....	18

2.1.5 Bauran Promosi.....	18
2.1.6 Social Media Marketing	20
2.1.7 Konten Marketing	20
2.1.8 Media Sosial	21
2.1.9 Jenis Media Sosial.....	21
2.1.10 Instagram	22
2.1.11 <i>Copywriting</i>	24
2.1.12 <i>Customer Insight</i>	24
2.1.13 <i>Media Planning</i>	25
2.1.14 <i>Content Planning</i>	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3 Penelitian Terdahulu	27
BAB 3 METODE DAN PERANCANGAN KONSEP	31
3.1 Deskripsi Karya	31
3.2 Identifikasi Target Audience	31
3.2.1 Segmentasi.....	31
3.2.2 Targeting	33
3.2.3 Positioning	34
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.3.1 Observasi	34
3.3.2 Wawancara	37
3.3.3 Dokumentasi	38
3.4 Hasil Observasi.....	38
3.5 Analisis Data	41
3.5.1 Analisis Objek Materi Komunikasi	43
3.5.2 Analisis Kompetitor	44
3.6 Strategi Perancangan Konten <i>Marketing</i>	46
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Perancangan Konten Sosial Media <i>Marketing</i> pada UMKM Baso Aci Raos by Dapoer Yeny Tahun 2022	48
4.1.1 Menetapkan Tujuan (Goal Setting).....	48

4.1.2 Pemetaan Target Pasar (Audience Mapping)	49
4.1.3 Penggagasan Perencanaan Konten (Content Ideation)	49
4.1.4 Penciptaan Konten (Content Creation)	49
4.1.5 Distribusi Konten (Content Distribution).....	53
4.1.6 Penguatan Konten (Content Amplication)	54
4.2 Penerapan Konten Sosial Media Marketing pada UMKM Baso Aci Si Raos by Dapoer Yeny Tahun 2022	54
4.2.1 Penerapan Konten	54
4.2.2 Hasil Wawancara	64
4.2.3 Hasil Dokumentasi.....	73
4.3 Hasil Evaluasi Penerapan Konten Sosial Media Instagram UMKM Baso Aci Si Raos by Dapoer Yeny Tahun 2022	75
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	82
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	85