

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan PT. Telkom Indonesia.....	1
1.1.3 Visi Dan Misi PT. Telkom Indonesia .....	2
1.1.4 Nilai Utama PT. Telekomunikasi Indonesia .....	3
1.1.5 Instagram Telkom Jabar.....	3
1.2 Latar Belakang .....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Batasan Masalah .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Bauran pemasaran .....	10
2.1.4 Bauran Promosi.....	11
2.1.5 Digital Marketing.....	11
2.1.6 Media Sosial.....	12
2.1.7 Media Sosial Marketing .....	12
2.1.9 Konten Marketing .....	13
2.2 Kerangka pemikiran.....	14
2.3 Penelitian terdahulu.....	15
3.1 Pendekatan Penelitian .....	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Variabel Operasional.....	19
3.1 Lokasi Penelitian.....	20
3.2 Pengumpulan Data Informan .....	20

3.3	Tahap Penelitian Kualitatif .....	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data Dengan Observasi.....	22
3.4.2	Pengumpulan Data Dengan Wawancara .....	23
3.4.3	Pengumpulan Data Dengan Dokumentasi.....	24
3.4.4	Pengumpulan Data Dengan Triangulasi.....	24
3.5	Analisis Data .....	25
3.6	Teknik Keabsahan.....	27
BAB IV .....		28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Hasil penelitian .....	28
4.1.1	Deskripsi Informan .....	28
4.1.2	Hasil Wawancara .....	29
4.1.3	Hasil Observasi .....	35
4.1.4	Hasil Dokumentasi .....	36
4.2	Perencanaan Konten Media Sosial.....	38
4.3	Penerapan Konten Media Sosial .....	39
4.1	Evaluasi Konten Media Sosial .....	44
4.2	Pembahasan Konten Media Sosial.....	51
BAB 5 .....		52
KESIMPULAN DAN SARAN.....		52
5.1	kesimpulan.....	52
5.2	Saran .....	52
DAFTAR PUSTAKA .....		54
Jurnal.....		55
Website .....		55
LAMPIRAN.....		56