

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	x1
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Bauran Pemasara.....	1
1.1.3 Makna Logo	2
1.1.4 Produk dan Layanan.....	3
1.1.5 Stuktur Organisasi Perusahaan.....	5
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Kegunaan Teoritis	13

1.1.2 Kegunaan Praktis	14
1.6 Batasan Masalah	14
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	14
BAB 2	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	16
2.1.3 Bauran Promosi.....	18
2.1.4 Digital Marketing	20
2.1.5 Sosial Media <i>Marketing</i>	20
2.1.6 Media Sosial.....	22
2.1.5 Sosial Media <i>Marketing</i>	20
2.1.6 Media Sosial.....	22
2.1.7 Instagram.....	23
2.1.8 Instagram <i>Insight</i>	25
2.1.9 Konten <i>Marketing</i>	26
2.1.10 <i>Copywriting</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	30
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian.....	31

3.2 Jenis Penelitian	31
3.3 Operasional Variabel	32
3.3.1 Strategi Konten Media	33
3.4. Tahapan Penelitian	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Hasil Observasi.....	38
3.7 Uji Keabsahan Data.....	39
3.8 Teknik Analisis Data	40
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Proses Pengembangan Konten Instagram Saberobag.....	44
4.1.1 Menetapkan Tujuan (<i>Goal Setting</i>)	44
4.1.2 Pemetaan Target Pasar (<i>Audience Mapping</i>)	45
4.1.3 Ide dan Perancangan Konten (<i>Content Ideation and Planning</i>)	45
4.1.4 Penciptaan Konten (<i>Content Creation</i>).....	46
4.1.5 Distribus Konten (<i>Content Distribution</i>).....	48
4.2 Penerapan Konten Instagram Saberobag.....	49
4.2.1 Penerapan Konten	49
4.2.2 Hasil Wawancara	52
4.2.3 Hasil Dokumentasi	57
4.3 Hasil Eektivitas Pengembangan Konten Instagram Saberobag	60
BAB V	67
KESIMPULAN DAN SARAN	67

5.1 Kesimpulan.....	67
5.1.1 Dari Segi Pengembangan Konten Pemasaran Saberobag.....	68
5.1.2 Dari Segi Eektivitas Pengembangan Konten Pemasaran Saberobag...69	
5.2 Saran.....	68
5.2,1 Dari Segi Pengembangan Konten Pemasaran Saberobag.....	68
5.2.2 Dari Segi Eektivitas Pengembangan Konten Pemasaran Saberobag...69	
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70