

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah UMKM .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi, Misi dan Nilai Utama UMKM Mazaya.....	3
1.1.4 Struktur Organisasi.....	3
1.1.4.1 Tugas Dan Tanggung Jawab.....	3
1.1.5 Jenis-Jenis Produk Perusahaan .....	4
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Kegunaan Penelitian .....	17
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	17
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	17
1.6 Batasan Masalah .....	18
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
2.1 Landasan Teori .....	20

2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	20
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	20
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	21
2.1.4 Tujuan Promosi.....	22
2.1.5 Bauran Promosi .....	22
2.1.6 Indikator Promosi .....	24
2.1.7 Digital Marketing .....	24
2.1.8 Media Sosial .....	25
2.1.9 Media Sosial Marketing.....	26
2.1.10 Konten Marketing.....	27
2.1.10.1 Pengertian Konten Marketing.....	27
2.1.10.2 Indikator Konten Marketing .....	29
2.1.11 Media Sosial Instagram .....	31
2.1.12 Perencanaan Konten .....	32
2.1.13 Copywriting.....	32
2.1.14 Penelitian Terdahulu .....	33
2.2 Kerangka Pemikiran .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	42
3.2 Jenis Penelitian .....	42
3.3 Variabel Operasional .....	43
3.4 Tahapan Penelitian .....	45
3.5 Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data Melalui Observasi.....	48
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data Melalui Wawancara .....	50
3.5.2.1 Kisi-kisi Wawancara.....	51
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data Melalui Dokumentasi.....	53
3.5.4 Teknik Pengumpulan Data Melalui Triangulasi/Gabungan .....	53

3.5.5 Informan Atau Sumber Data Penelitian.....	54
3.5.6 Instrumen Penelitian .....	54
3.5.7 Sumber Data .....	54
3.5.7.1 Data Primer .....	55
3.5.7.2 Data Sekunder.....	55
3.5.7.3 Populasi Dan Sampel.....	55
3.6 Uji Keabsahan Data .....	56
3.6.1 Triangulasi Sumber.....	56
3.6.2 Triangulasi Teknik.....	56
3.6.3 Kesimpulan .....	56
3.7 Teknis Analisis Data.....	56
3.7.1 Pengumpulan Data.....	57
3.7.2 Reduksi Data Data Reduction (Data Reduction).....	57
3.7.3 Penyajian Data Data Display (Data Display) .....	57
3.7.4 Menarik Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification) .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Tahap Perencanaan .....	59
4.1.1 Deskripsi Informan .....	59
4.1.2 Hasil Wawancara.....	59
4.1.2.1 Perencanaan .....	61
4.1.3 Hasil Observasi .....	64
4.1.4 Hasil Dokumentasi .....	65
4.1.5 Perencanaan Konten Marketing.....	68
4.2 Tahap Pelaksanaan .....	68
4.2.1 Pelaksanaan Upload Konten Marketing .....	69
4.3 Tahap Evaluasi .....	93
4.3.1 Hasil Wawancara.....	93
4.3.2 Analisis Evaluasi Insight Instagram .....	96

4.3.3 Analisis Evaluasi Konten Marketing Pada Sosial Media Mazaya .....	104
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran .....	107
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	107
5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	109