

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi, Misi, dan Nilai Utama Perusahaan	2
1.1.4 Struktur Organisasi.....	3
1.1.5 Jenis Produk dan Jasa.....	3
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1. Kegunaan Teoritis	11
1.5.2. Kegunaan Praktis	11
1.6 Batasan Masalah.....	11
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.5 <i>Digital Marketing</i>	15

2.1.8 <i>Social Media Marketing</i>	17
2.1.9 Konten <i>Marketing</i>	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	22
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Variabel Operasional	29
3.4 Tahapan Penelitian.....	31
3.5 Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Observasi.....	32
3.5.2 Wawancara	34
3.5.3 Dokumentasi	40
3.5.4 Triangulasi.....	40
3.5.5 Sumber Data Penelitian.....	41
3.6 Uji Keabsahan Data Yang Diperoleh.....	41
3.6.1 Triangulasi sumber.....	41
3.6.2 Triangulasi Teknik	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV.....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Tahap Perencanaan	44
4.1.1 Deskripsi Informan.....	44
4.1.2 Hasil Penelitian	44
4.1.3 Hasil Observasi	57
4.1.4 Hasil Dokumentasi.....	58
4.1.5 Perencanaan Konten Pemasaran	63
4.2 Tahap Pelaksanaan.....	63
4.2.1 Pelaksanaan Posting Konten <i>Marketing</i>	63
4.3 Tahap Evaluasi.....	73
4.3.1 Analisis Evaluasi Insight Instagram @dk.coffeeciparay	73

4.3.2 Analisis Evaluasi Konten Pemasaran pada Sosial Media @dk.coffeeciparay.....	79
BAB V.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83