

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR DIAGRAM	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Pemasaran Digital	5
2.1.1 Saluran Media Pemasaran Digital	6
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	6
2.3 Pengertian <i>Content Marketing</i>	7
2.3.1 Manfaat <i>Content Marketing</i>	7
2.4 Pengertian Promosi	9
2.4.1 Tujuan Promosi	9
2.4.2 Pengertian Bauran Promosi.....	10
2.5 Pengertian Media Sosial.....	12

2.5.1 Manfaat Media Sosial	12
2.5.2 Macam-macam Media Sosial.....	14
2.5.3 Media Sosial <i>Instagram</i>	14
2.6 Penelitian Terdahulu	16
2.7 Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	18
3.2.2 Waktu Penelitian.....	18
3.3 Subyek/Obyek Penelitian	18
3.3.1 Subyek Penelitian.....	18
3.3.2 Obyek Penelitian.....	19
3.4 Jenis Data dan Sumber data	19
3.4.1 Data Primer	19
3.4.2 Data Sekunder.....	19
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	20
3.5 Analisa dan Interpretasi Data	21
3.6 Penarikan Kesimpulan	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	23
4.1.1 Logo Perusahaan.....	23
4.1.2 Sejarah Perusahaan	23
4.1.3 Struktur Organisasi	25
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	25

4.1.5 Segmentasi, Targeting, dan Positioning Perusahaan	26
4.2 Proses Pembuatan <i>Content Marketing</i> Pada <i>Instagram</i> PT Cloud Hosting Indonesia	27
4.3 Strategi dan Kategori <i>Content Marketing Instagram</i> Pada PT Cloud Hosting Indonesia	28
4.4 Persepsi <i>Content Marketing Instagram @idcloudhost</i>	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	