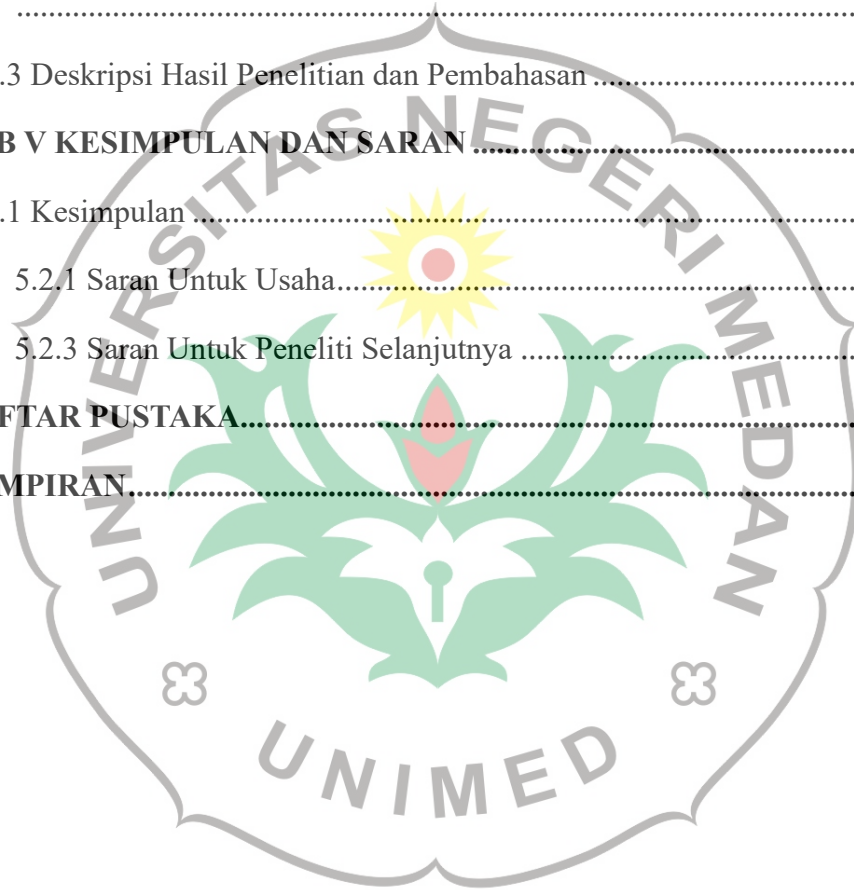


DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Dasar Teoritis	7
2.1.1 Pemasaran (Marketing).....	7
2.1.2 Pemasaran Digital (Digital Marketing).....	8
2.1.3 Content	9
2.1.4 Content Marketing	9
2.1.5 Indikator Content Marketing.....	11
2.1.7 Faktor Pembuat Content Marketing.....	13
2.1.8 Strategi Content Marketing.....	14

2.1.9 Social Media.....	20
2.1.10 Instagram.....	21
2.1.11 Instagram Insight.....	25
2.2 Penelitian Relevan.....	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.3.1 Subjek Penelitian.....	33
3.3.2 Objek Penelitian.....	34
3.4 Prosedur dan Rancangan Penelitian.....	34
3.5 Prosedur dan Rancangan Strategi Content Marketing.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.8 Model Pengukuran (Sebelum Implementasi).....	46
3.9 Keabsahan Penelitian.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Implementasi Content Marketing @tokogogo_siantar.....	50
4.1.1 Model Pengukuran (Setelah Implementasi).....	52
4.2 Pembahasan Implementasi Content Marketing Toko Gogo.....	55
4.2.1 Goal Setting (Menetapkan Tujuan).....	55
4.2.2 Audience Mapping (Pemetaan Target Pasar).....	56
4.2.3 Content Ideation and Planning (Ide dan Perencanaan Konten).....	57
4.2.4 Content Creation (Membuat Konten).....	58
4.2.5 Content Distribution (Distribusi Konten).....	59

4.2.6 Content Amplification (Penguatan Konten).....	60
4.2.7 Content Marketing Evaluation (Mengevaluasi Pemasaran Konten)....	61
4.2.8 Content Marketing Improvement (Pengembangan Pemasaran Konten)	84
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2.1 Saran Untuk Usaha.....	92
5.2.3 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	96



THE
Character Building
UNIVERSITY