DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1 Objek Penelitian 1
1.2. Latar Belakang 3
1.3 Identifikasi Masalah 9
1.4 Tujuan Penyusunan Laporan Tugas Akhir 9
1.5 Sistematika Laporan Tugas Akhir 10
BAB II **11**
TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1. Landasan Teori 11
2.1.1 Manajemen 11
2.1.2. Pemasaran 12
2.1.3. Manajemen Pemasaran 12
2.1.4. Bauran pemasaran 13
2.1.5. Bauran Promosi 14
2.1.6 Indikator Promosi 16
2.1.7 Promosi Media Sosial Instagram 16
2.2. Dimensi promosi Media sosial 17
2.3 Jurnal penelitian terdahulu 18

2.4 Kerangka Pemikiran 22
BAB III 24
METODE PENELITIAN 24
3.1 Unit Analisis 24
3.2 Jenis dan Sumber Data 24
3.2.1. Jenis Data 24
3.2.2. Sumber Data 24
3.3 Teknik Pengumpulan Data 25
3.4 Operasional Variabel 26
3.5 Metode Analisis 26
BAB IV 28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 28
4.1. Gambaran Umum Aktivitas Promosi di *Event* Social Chic Jakarta 2024 28
4.2. Wawancara 34
4.3. Dokumentasi 36
BAB V 38
KESIMPULAN DAN SARAN 38
5.1. Kesimpulan 38
5.2. Saran 38
DAFTAR PUSTAKA 40
LAMPIRAN 45