

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
INTISARI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan.....	8
1.5 Manfaat.....	8
1.6 Kajian Pustaka.....	9
1.7 Landasan Teori	16
1.7.1 Konten <i>Marketing</i>	16
1.7.2 Media Sosial.....	18
1.7.3 <i>Customer engagement</i>	19
1.7.4 Pengelolaan Konten <i>Marketing</i> Berbasis Media Sosial	25
1.8 Metode Penelitian.....	26
1.8.1 Jenis Penelitian.....	26
1.8.2 Waktu dan Tempat Penelitian	28
1.8.3 Alat Penelitian.....	28
1.8.4 Jenis Data	30

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	31
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	37
2.1 Letak Geografis Taman Pintar Yogyakarta.....	37
2.2 Gambaran Umum	38
2.2.1 Profil Perusahaan	38
2.2.2 Sejarah Taman Pintar Yogyakarta	41
2.2.3 Tujuan Perusahaan	42
2.2.4 Visi, Misi, Motto, Filosofi, dan Kebijakan Mutu Perusahaan	43
2.2.5 Logo Taman Pintar Yogyakarta	44
2.2.6 Maskot Taman Pintar Yogyakarta	45
2.2.7 Struktur Organisasi Taman Pintar Yogyakarta	46
2.2.8 Standar Operasional Perusahaan (SOP)	48
2.2.9 Wahana Taman Pintar Yogyakarta	49
2.2.10 Peta Taman Pintar Yogyakarta.....	51
BAB III PEMBAHASAN	53
3.1 Kanal Media Sosial yang Digunakan Taman Pintar Yogyakarta untuk Mempertahankan <i>Customer engagement</i>	53
3.2 Pengelolaan Konten <i>Marketing</i> pada Media Sosial Taman Pintar Yogyakarta untuk Mempertahankan <i>Customer engagement</i> di Masa Pandemi Covid -19.....	65
3.2.1 Pengelolaan Konten <i>Marketing</i> pada Media Sosial Taman Pintar Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid -19	65
3.2.2 Pembentukan <i>Customer engagement</i> pada Media Sosial Taman Pintar Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid -19.....	85
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
4.1 Kesimpulan.....	104
4.2 Saran.....	104
4.2.1 Saran Praktis ditujukan untuk Departemen Humas, Kerjasama, dan Pemasaran Taman Pintar Yogyakarta	105
4.2.2 Saran Ilmiah untuk penelitian selanjutnya pada industri pariwisata mengenai pengelolaan <i>marketing</i> industri pariwisata	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	112