

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xiv
DAFTAR ISTILAH.....	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Tinjauan Pustaka.....	8
1.7 Landasan Teori.....	11
1.7.1 Pemasaran Pariwisata.....	11
1.7.2 <i>Social Media Marketing</i>	13
1.7.3 Promosi.....	14
1.8 Metode Penelitian.....	17
1.8.1 Jenis Penelitian.....	17
1.8.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	18
1.8.3 Alat Penelitian.....	18
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.8.5 Analisis Data Penelitian.....	20



1.8.6	Jenis Data	20
BAB II		22
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....		22
2.1	Profil Sinatria Farm	22
2.2	Visi, Misi dan Moto Sinatria Farm.....	23
2.3	Logo.....	24
2.4	Struktur Organisasi	24
2.4.1	Komisaris Utama	25
2.4.2	Manager	25
2.4.3	Kepala Kandang	25
2.4.4	Keuangan dan Admin Media.....	25
2.4.5	Sarana Prasana.....	25
2.4.6	Logistik	26
2.4.7	<i>Information Technology (IT)</i>	26
2.4.8	Media	26
2.4.9	Staff Kandang Bagian Sanitasi dan Hijauan	26
2.4.10	Staff Kandang Bagian Pakan Ternak	26
2.4.11	Staff Kandang Bagian Kesehatan Ternak.....	26
2.5	Sinatria Farm Sebagai Tujuan Wisata Agro	27
2.6	Denah dan Fasilitas Yang Tersedia Di Sinatria Farm	28
2.6.1	Area Tempat Parkir :	28
2.6.2	Area Bermain Anak :	29
2.6.3	Pendopo :	29
2.6.4	Rumah Karyawan :	29
2.6.5	Kandang Terkoleksi :	29
2.6.6	Kandang Kelinci :	29
2.6.7	<i>Green House Hidroponik dan Aquaponik</i> :	30
2.6.8	Toilet :	30
2.7	Daya Tarik Wisata.....	30
2.7.1	Kandang Terkoleksi :	31
2.7.2	Kegiatan Peternakan :	32
2.7.3	Desain Peternakan Yang Ideal :	33



2.7.4	Program Pembelajaran	34
2.7.5	Pertanian Sistem <i>Hidroponik</i>	35
BAB III		37
PEMBAHASAN		37
3.1	Penggunaan <i>Platform Social Media Youtube</i>	37
3.1.1	Iklan	39
3.1.2	<i>Public Relations</i>	40
3.1.3	<i>Sales Promotions</i>	41
3.1.4	<i>Personal Selling</i>	41
3.1.5	<i>Direct Marketing</i>	42
3.2	Penggunaan <i>Platform Social Media Facebook</i>	43
3.2.1	Iklan	44
3.2.2	<i>Public Relations</i>	44
3.2.3	<i>Sales Promotions</i>	45
3.2.4	<i>Personal Selling</i>	46
3.2.5	<i>Direct Marketing</i>	46
3.3	Penggunaan <i>Platform Social Media Instagram</i>	48
3.3.1	Iklan	50
3.3.2	<i>Public Relations</i>	50
3.3.3	<i>Sales Promotions</i>	51
3.3.4	<i>Personal Selling</i>	51
3.3.5	<i>Direct Marketing</i>	51
3.4	Manfaat Penggunaan <i>Social Media</i> Sebagai Media Promosi	52
3.5	Kendala Pemanfaatan <i>Social Media Marketing</i>	53
BAB IV		55
KESIMPULAN DAN SARAN		55
4.1	Kesimpulan	55
4.2	Saran	55
Daftar Pustaka		58
DAFTAR NARASUMBER		60