

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR ISTILAH	xvi
ABSTRACT	xx
INTISARI	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Tinjauan Pustaka	7
1.7. Landasan Teori	10
1.8. Metode Penelitian	15
1.8.1. Jenis Data Penelitian	15
1.8.2. Teknik Pengumpulan Data	15
1.9. Teknik Analisis Data.....	17
1.10. Sistematika Penelitian	18
BAB II GAMBARAN UMUM	19
2.1. Profil Perusahaan	19

2.2.	Struktur Organisasi	22
2.3.	Produk	24
2.4.	Distribusi Produk.....	27
BAB III ANALISIS KESESUAIAN PROMOSI CONTENT MARKETING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AIRASIA DALAM PROMOSI PARIWISATA YOGYAKARTA		35
3.1.	Strategi Pemasaran Konten AirAsia Melalui Media Sosial Instagram.....	35
3.1.1.	Target Pasar AirAsia	36
3.1.2.	Tujuan Pemasaran Konten AirAsia	39
3.1.3.	Pesan Pemasaran Konten AirAsia	40
3.1.4.	Gaya dan Bentuk Promosi Pemasaran Konten AirAsia	44
3.1.5.	Penetapan Anggaran Pemasaran Konten AirAsia.....	53
3.1.6.	Evaluasi.....	54
3.2.	Analisis Kesesuaian Promosi Pemasaran Konten AirAsia Dengan Meggunakan Destinasi Pariwisata Yogyakarta.....	55
3.2.1.	Mengedukasi (<i>Educates</i>)	55
3.2.2.	Menginformasikan (<i>Informs</i>).....	58
3.2.3.	Menghubungkan (<i>Connects</i>)	61
3.2.4.	Menghibur (<i>Entertains</i>).....	64
3.2.5.	Membangun Kepercayaan.....	66
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		72
4.1.	Kesimpulan.....	72
4.2.	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		78
PUSTAKA LAMAN		80
LAMPIRAN.....		82