

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	7
1. Pemasaran.....	7
2. <i>Digital Marketing</i>	8
3. <i>SOSTAC</i>	9
B. Penelitian Sebelumnya.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
B. Metode Pengumpulan Data.....	27
1. Studi Pustaka.....	27
2. Wawancara.....	27
3. Observasi	28
4. Dokumentasi	28
C. Konsep Penelitian	28
1. <i>Situation analysis</i>	29
2. <i>Objective</i>	30
3. <i>Strategy</i>	30
4. <i>Tactics</i>	30
5. <i>Action</i>	30
6. <i>Control</i>	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Hasil.....	31
1. <i>Situation Analysis</i>	31
a. Analisis SWOT.....	31
b. Analisis Penerima.....	33
c. Analisis Pesaing.....	33
2. <i>Objective</i>	33
3. <i>Strategy</i>	34
1. STOP.....	35
2. Sosial Media Marketing.....	36
4. <i>Tactics</i>	36
5. <i>Action</i>	37
1. Sosial Media <i>Marketing</i>	37

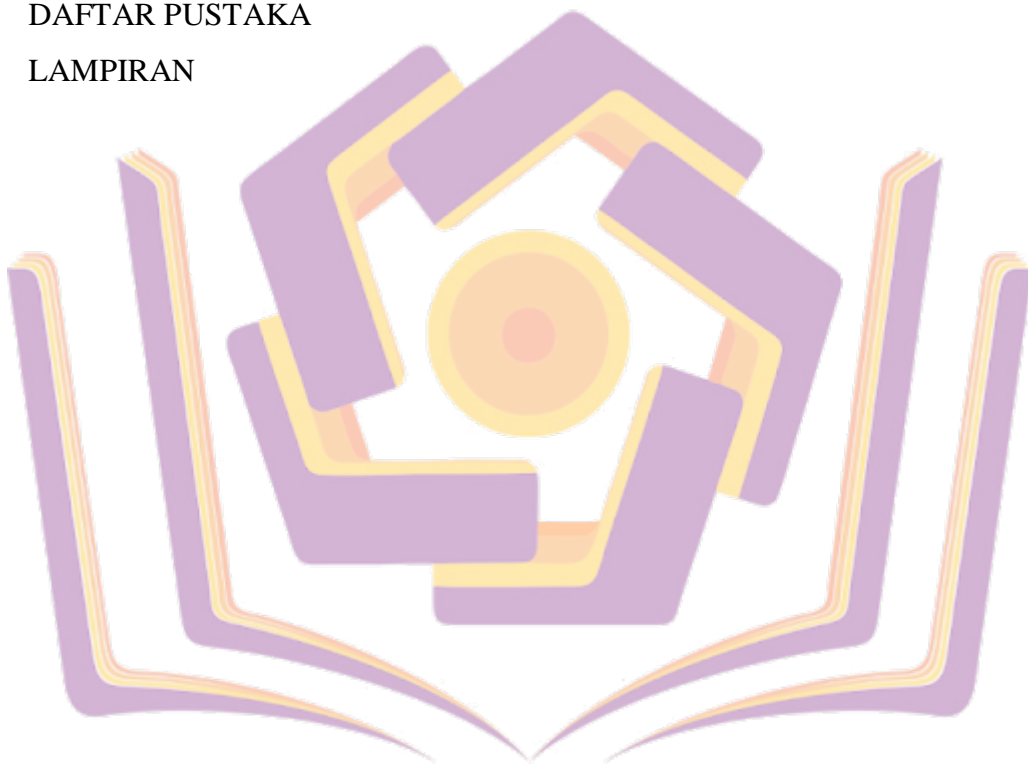
6. Control	63
1. <i>Facebook Fanspage</i>	63
2. Instagram Ads	64
3. Google Bisnisku.....	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

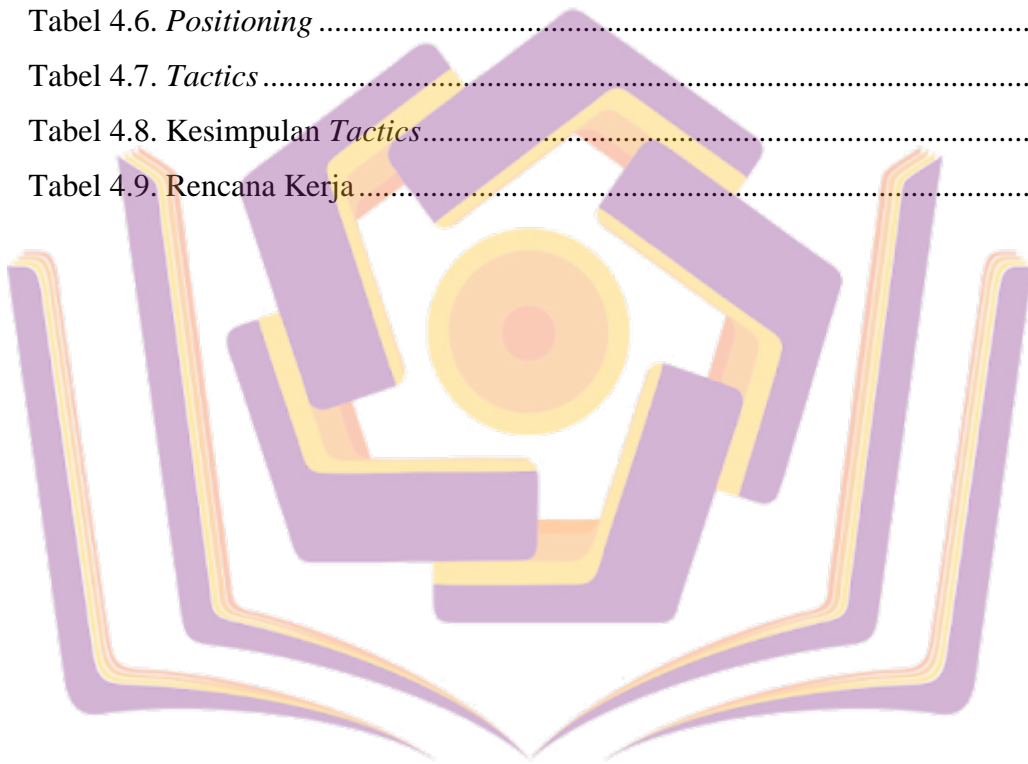
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

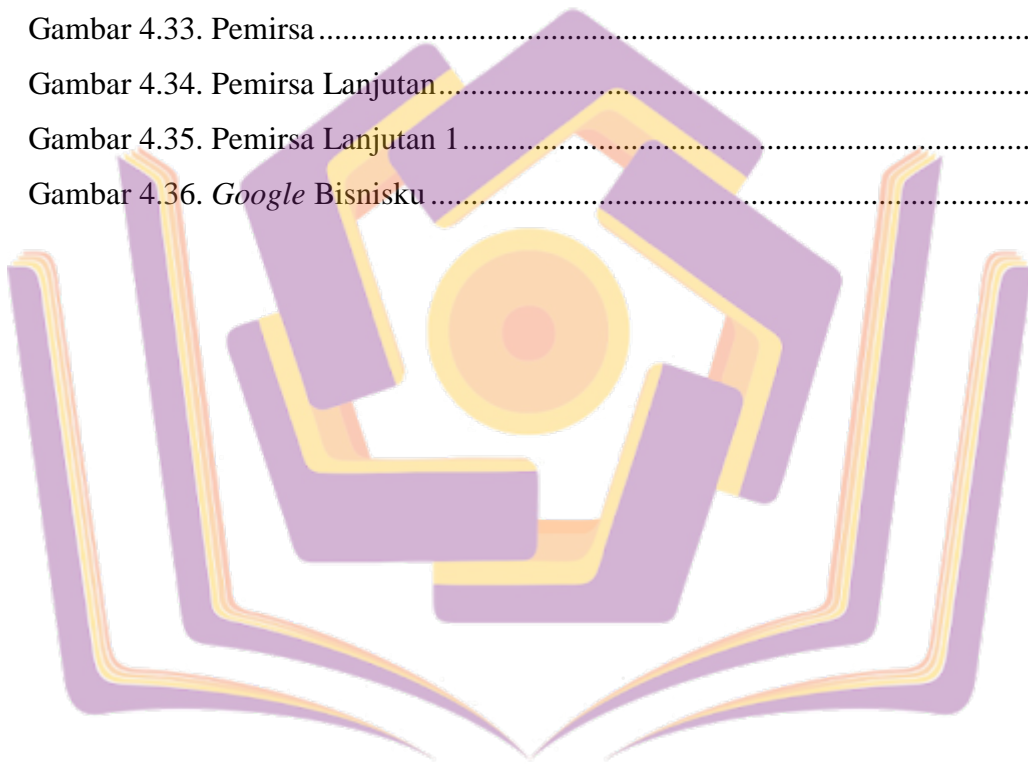
Tabel 2.1. Penelitian sebelumnya.....	24
Tabel 4.1. Analisis faktor kekuatan dan kelemahan	31
Tabel 4.2. Analisis faktor peluang dan ancaman	32
Tabel 4.3. Matrik <i>SWOT</i>	32
Tabel 4.4. <i>5S Objective</i>	33
Tabel 4.5. Segmentasi Strategi.....	35
Tabel 4.6. <i>Positioning</i>	36
Tabel 4.7. <i>Tactics</i>	37
Tabel 4.8. Kesimpulan <i>Tactics</i>	37
Tabel 4.9. Rencana Kerja.....	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia	2
Gambar 1.2. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia	3
Gambar 2.1. Elemen dari metode <i>SOSTAC</i>	9
Gambar 2.2. Alur metode <i>SOSTAC</i>	13
Gambar 3.1. Metode Penerapan <i>SOSTAC</i>	29
Gambar 4.1. Halaman Utama.....	38
Gambar 4.2. Pusat Iklan	39
Gambar 4.3. Pengelola Iklan.....	39
Gambar 4.4. Buat Kampanye Baru	40
Gambar 4.5. Jangkauan.....	41
Gambar 4.6. Set Iklan.....	42
Gambar 4.7. Proses Penargetan.....	43
Gambar 4.8. Tampilan Iklan	44
Gambar 4.9. Menambahkan Saldo	45
Gambar 4.10. Notifikasi Saldo.....	46
Gambar 4.11. Konfirmasi Iklan	47
Gambar 4.12. Profil <i>Instagram</i>	47
Gambar 4.13. Bar <i>Instagram</i>	48
Gambar 4.14. Postingan <i>Instagram</i>	49
Gambar 4.15. Contoh Promosi.....	50
Gambar 4.16. <i>Login Facebook</i>	51
Gambar 4.17. <i>Login Lanjutan</i>	52
Gambar 4.18. Tujuan.....	53
Gambar 4.19. Pemirsa	54
Gambar 4.20. Anggaran dan Durasi.....	55
Gambar 4.21. Ulasan.....	56
Gambar 4.22. Contoh Iklan	57
Gambar 4.23. <i>Heading</i>	57
Gambar 4.24. Informasi	58

Gambar 4.25. <i>Galeri</i>	59
Gambar 4.26. <i>Hubungi Kami</i>	60
Gambar 4.27. <i>Page Speed Google Dekstop Mode</i>	61
Gambar 4.28. <i>Page Speed Google Seluler Mode</i>	62
Gambar 4.29. <i>Rangkuman Halaman Facebook</i>	63
Gambar 4.30. <i>Konten</i>	64
Gambar 4.31. <i>Aktivitas</i>	65
Gambar 4.32. <i>Aktivitas Lanjutan</i>	66
Gambar 4.33. <i>Pemirsa</i>	67
Gambar 4.34. <i>Pemirsa Lanjutan</i>	68
Gambar 4.35. <i>Pemirsa Lanjutan 1</i>	69
Gambar 4.36. <i>Google Bisnisku</i>	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi Observasi

Lampiran 3. Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 4. Produk pada Toko Budi Karya Elektronik

Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara

