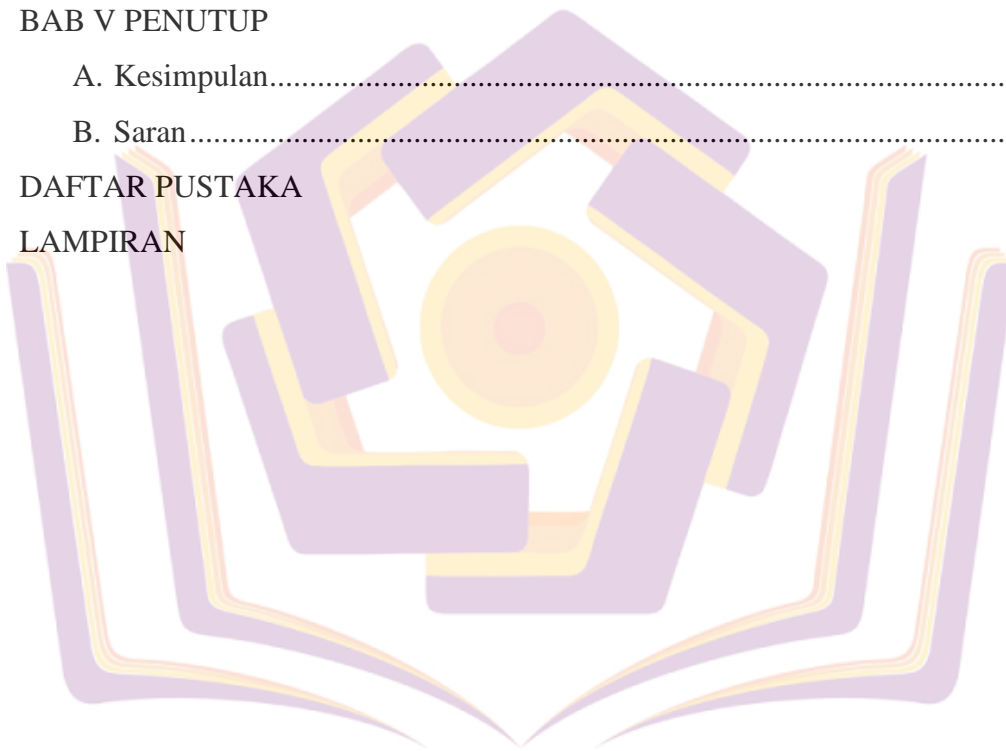


## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	14
1. Media Sosial .....	14
2. Strategi Pemasaran .....	18
3. Konten .....	18
4. Marketing .....	19
5. Konten Marketing.....	19
6. Value Proposition Canvas .....	21

7. Brand Awareness .....	25
8. Gitar .....	26
B. Penelitian Sebelumnya .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	38
B. Metode Pengumpulan Data .....	38
1. Wawancara .....	38
2. Observasi .....	39
3. Studi Pustaka .....	39
C. Alat dan Bahan Penelitian .....	40
1. Alat .....	40
2. Bahan .....	40
D. Konsep Penelitian .....	41
1. Pengambilan Data .....	42
2. Analisis Value Proposition Canvas .....	42
3. Perancangan Konten Marketing .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Value Proposition Canvas Walkon .....	46
1. Customer Job .....	47
2. Customer Pain .....	47
3. Customer Gain .....	47
1. Product and Service .....	48
2. Pain Reliever .....	48
3. Gain Creator .....	49
B. Kecocokan Value Proposition .....	49
1. Kecocokan antara Customer Job dengan Product and Service.....	49
2. Kecocokan antara Customer Pain dengan Pain Reliever.....	50
3. Kecocokan antara Customer Gain dan Gain Creator.....	50
4. Kecocokan Produk-Pasar.....	50
C. Artikel.....	51
D. Video .....	53

1. Storyboard .....	53
2. Pengambilan Video .....	60
3. Editing .....	61
4. Komposisi.....	61
4. Hasil Video .....	69
E. Gambar .....	69
F. Jadwal Konten .....	79
G. Kecocokan Konten Marketing dan Value Proposition Canvas .....	81
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya .....	33
Tabel 4.1 Storyboard .....	55
Tabel 4.2 Tabel Kecocokan.....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data penjualan produk .....	6
Gambar 2.1 Value Proposition Canvas .....	24
Gambar 3.1 Konsep Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Value Proposition Canvas Walkon .....	46
Gambar 4.2 Body Gitar Zarkh .....	51
Gambar 4.3 Komposisi Video.....	62
Gambar 4.4 Pertanyaan & Pernyataan .....	63
Gambar 4.5 Gabungan Proses Produksi & Tulisan Walkon .....	64
Gambar 4.6 Hasil Video Bagian Isi .....	65
Gambar 4.7 Hasil Video Bagian Penutup .....	66
Gambar 4.8 Video Branding Pembuka .....	67
Gambar 4.9 Video Branding Permasalahan .....	68
Gambar 4.10 Video Branding Isi .....	69
Gambar 4.11 Template Produk Awal.....	70
Gambar 4.12 Template Produk .....	71
Gambar 4.13 Gambar Produk .....	71
Gambar 4.14 Fitur Unggahan Aplikasi Canva.....	72
Gambar 4.15 Fitur Aplikasi Canva .....	73
Gambar 4.16 Template Testimoni.....	74
Gambar 4.17 Template Ulasan Testimoni .....	75
Gambar 4.18 Unggahan Produk1 .....	76
Gambar 4.19 Testimoni Pelanggan1 .....	77
Gambar 4.20 Unggahan Produk2.....	78
Gambar 4.21 Testimoni Pelanggan2.....	78
Gambar 4.22 Jadwal Konten .....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Melakukan Penelitian
2. Observasi
3. Wawancara
4. Data penjualan produk
5. Daftar Harga Bahan Baku / Kayu
6. Kartu Bimbingan

