

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
INTISARI .....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	10
B. Penelitian Sebelumnya .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
B. Metode Pengumpulan Data .....	25
C. Alat dan Bahan Penelitian .....	27
D. Konsep Penelitian .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	

A. <i>Planning</i> (Perencanaan) .....	33
B. <i>Reach</i> (Jangkauan) .....	38
C. <i>Act</i> (Interaksi).....	64
D. <i>Convert</i> (Konversi).....	73
E. <i>Engage</i> (Keterlibatan) .....	90
F. Hasil Akhir .....	99

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	109

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....	24
Tabel 4. 1 Hasil Analisis SWOT .....	33
Tabel 4. 2 Hasil Identifikasi Segmentasi Pasar .....	34
Tabel 4. 3 Hasil Targeting .....	36
Tabel 4. 4 Hasil Penetapan KPI.....	38
Tabel 4. 5 Penetapan Taktik Tahap Reach .....	39
Tabel 4. 6 Persentase Ketercapaian Jangkauan Akun Instagram selama .....	61
Tabel 4. 7 Persentase Ketercapaian Jangkauan Akun Facebook Fanspage Selama 1 Bulan 1-30 Juni 2024 .....	62
Tabel 4. 8 Persentase Ketercapaian Kunjungan Profil Akun .....	62
Tabel 4. 9 Persentase Ketercapaian Pengikut Baru akun Facebook Fanspage dan Instagram .....	64
Tabel 4. 10 Penetapan Taktik Tahap Act .....	64
Tabel 4. 11 Persentase Ketercapaian Interaksi Akun Instagram .....	72
Tabel 4. 12 Persentase Ketercapaian Interaksi Akun Facebook Fanspage.....	73
Tabel 4. 13 Penetapan Taktik Tahap Convert .....	74
Tabel 4. 14 Persentase Ketercapaian Purchase Order Selama 1 Bulan (1-30 Juni).....	90
Tabel 4. 15 Penetapan Taktik Tahap Engage .....	91
Tabel 4. 16 Metriks Engagement Rate Sosial Media .....	97
Tabel 4. 17 Hasil Perhitungan Engagement Rate Pada akun Instagram.....	97
Tabel 4. 18 Hasil Perhitungan Engagement Rate Pada akun Facebook .....	98
Tabel 4. 19 Persentase Ketercapaian Engagement Rate Akun Instagram dan Facebook Fanspage .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Platform Sosial Media di Indonesia Bulan Januari 2024 ..	2
Gambar 2. 1 Logo CV. ALTO KREASI PRIMA.....	14
Gambar 2. 2 Tahapan Metode RACE Planning Framework .....	16
Gambar 2. 3 Contoh Analisis SWOT .....	19
Gambar 3. 1 Konsep Penelitian .....	29
Gambar 4. 1 Hasil Insight Pengikut Instagram (atas) dan Facebook (bawah) .....	35
Gambar 4. 2 Konten Informasi Keunggulan Alto pada Instagram .....	40
Gambar 4. 3 Konten Informasi Keunggulan Alto pada Facebook .....	41
Gambar 4. 4 Konten Reels Jemput-Antar Order pada Facebook .....	42
Gambar 4. 5 Konten Reels Jemput-Antar Order pada Instagram.....	42
Gambar 4. 6 Konten Portofolio pada Instagram.....	43
Gambar 4. 7 Konten Edukasi Bahan Ripstop pada Instagram.....	44
Gambar 4. 8 Konten Edukasi Bahan Ripstop pada Facebook.....	44
Gambar 4. 9 Konten Edukasi Custom PDH pada Instagram.....	45
Gambar 4. 10 Konten Edukasi Custom PDH pada Facebook .....	46
Gambar 4. 11 Konten Edukasi Jenis Bordir pada Instagram.....	47
Gambar 4. 12 Konten Edukasi Jenis Bordir pada Facebook .....	48
Gambar 4. 13 Implementasi Formula PAS Untuk Caption .....	49
Gambar 4. 14 Implementasi Hashtag Relevan Pada Instagram.....	51
Gambar 4. 15 Halaman Menu Perencanaan Pada Meta Business Suite.....	51
Gambar 4. 16 Mengatur Penjadwalan Konten .....	52
Gambar 4. 17 Halaman Menu Iklan Pada Meta Business Suite .....	53
Gambar 4. 18 Hasil Jangkauan Instagram .....	60
Gambar 4. 19 Hasil Jangkauan Facebook .....	61
Gambar 4. 20 Hasil Profil Visit Instagram dan Facebook.....	62
Gambar 4. 21 Hasil Pengikut Baru akun Instagram dan Facebook.....	63
Gambar 4. 22 Konten Tebak Skor Pada Instagram .....	65
Gambar 4. 23 Konten Tebak Skor Pada Facebook.....	66
Gambar 4. 24 Konten Indonesia vs Filipina pada Facebook .....	67

Gambar 4. 25 Konten Indonesia vs Filipina pada Instagram .....	67
Gambar 4. 26 Konten Reel Pengumuman Tebak Skor di Instagram.....	68
Gambar 4. 27 Konten Reels Pengumuman Tebak Skor di Facebook .....	69
Gambar 4. 28 Penerapan Copywriting pada Konten Tebak Skor .....	70
Gambar 4. 29 Implementasi Penjadwalan Unggah Konten.....	71
Gambar 4. 30 Hasil Interaksi Instagram.....	72
Gambar 4. 31 Hasil Interaksi Facebook .....	73
Gambar 4. 32 Konten Promo JUJUR 1 pada Instagram.....	76
Gambar 4. 33 Konten Promo JUJUR 1 pada Facebook.....	77
Gambar 4. 34 Konten Promo JUJUR 2 pada Facebook.....	78
Gambar 4. 35 Konten Promo JUJUR 2 pada Instagram.....	78
Gambar 4. 36 Implementasi Copywriting .....	79
Gambar 4. 37 Implementasi Penjadwalan Unggah Konten.....	80
Gambar 4. 38 Halaman Menu Iklan Pada Meta Business Suite.....	81
Gambar 4. 39 Hasil Iklan Dapatkan Lebih Banyak Pesan.....	89
Gambar 4. 40 Konten Edukasi Jenis Bordir pada Instagram.....	92
Gambar 4. 41 Konten Edukasi Kain Ripstop pada Instagram.....	92
Gambar 4. 42 Konten Entertainment Tebak Skor Pada Instagram.....	93
Gambar 4. 43 Caption Informasi Jenis Bordir.....	93
Gambar 4. 44 Implementasi Penjadwalan Unggah Konten.....	94
Gambar 4. 45 Membalas Komentar di Facebook.....	94
Gambar 4. 46 Membalas Komentar di Instagram .....	95
Gambar 4. 47 Membalas Pesan DM Instagram (Kiri) dan Membalas Pesan Messengger (Kanan) .....	96
Gambar 4. 48 Hasil Konten Yang Diunggah Pada Instagram .....	99
Gambar 4. 49 Hasil Konten Yang Diunggah Pada Facebook .....	100
Gambar 4. 50 Hasil Facebook Ads Berdasarkan Analytics Meta Business Suite .....	101
Gambar 4. 51 Hasil Instagram Ads Berdasarkan Analytics Meta Business Suite .....	102
Gambar 4. 52 Hasil Instagram Ads Berdasarkan Anlytics Instagram .....	103

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Izin Penelitian

Lampiran 2. Kartu Bimbingan

Lampiran 3. Hasil Wawancara

Lampiran 4. Dokumentasi Bahan Konten

