

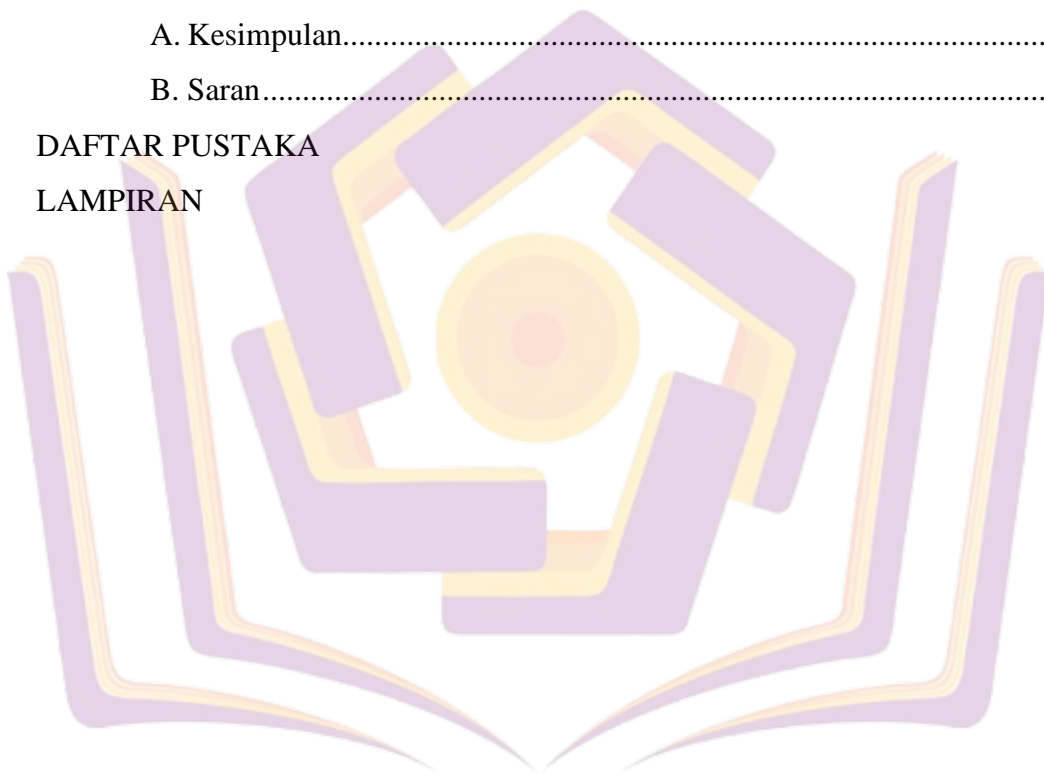
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
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. Strategi Pemasaran	7
2. <i>Digital Marketing</i>	9
3. Media Sosial.....	12
3.1. Instagram.....	14
3.2. Facebook	14
3.3. WhatsApp.....	15

4. RACE Planning System	15
4.1. <i>Plan</i>	17
4.2. <i>Reach</i>	18
4.3. <i>Act</i>	19
4.4. <i>Convert</i>	20
4.5. <i>Engage</i>	20
5. Analisis SOAR	21
6. Matriks IFAS dan EFAS	22
7. Meta Business Suite	23
8. Toko Tunas Inti	24
B. Penelitian Sebelumnya	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	31
B. Metode Pengumpulan Data	31
1. Studi literatur.....	31
2. Wawancara	31
3. Observasi.....	31
4. Dokumentasi	32
C. Alat dan Bahan Penelitian	32
1. Alat.....	32
2. Bahan.....	33
D. Konsep Penelitian.....	33
1. Tahap Awal	34
2. Metode <i>RACE</i>	35
2.1. <i>Plan</i>	35
2.2. <i>Reach</i>	36
2.3. <i>Act</i>	38
2.4. <i>Convert</i>	40
4.5. <i>Engage</i>	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil	44
1. <i>Plan</i>	44
2. <i>Reach</i>	51
3. <i>Act</i>	55
4. <i>Convert</i>	63
5. <i>Engage</i>	71
B. Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel penelitian sebelumnya.....	28
Tabel 3.2. Taktik pada tahap <i>reach</i>	36
Tabel 3.3. KPI tahap <i>reach</i>	37
Tabel 3.4. Taktik pada tahap <i>act</i>	38
Tabel 3.4. Taktik pada tahap <i>act</i> (lanjutan).....	39
Tabel 3.5. KPI tahap <i>act</i>	39
Tabel 3.6. Taktik pada tahap <i>convert</i>	40
Tabel 3.7. KPI tahap <i>convert</i>	41
Tabel 3.8. Taktik pada tahap <i>engage</i>	42
Tabel 3.9. KPI tahap <i>engage</i>	43
Tabel 4.10. Kekuatan Toko Tunas Inti.....	45
Tabel 4.11. Peluang Toko Tunas Inti	45
Tabel 4.12. Aspirasi Toko Tunas Inti.....	45
Tabel 4.13. Hasil Toko Tunas Inti	46
Tabel 4.14. IFAS Kekuatan.....	46
Tabel 4.15. IFAS Peluang	46
Tabel 4.15. IFAS Peluang (lanjutan)	46
Tabel 4.16. EFAS Aspirasi	47
Tabel 4.17. EFAS Hasil	47
Tabel 4.18. Hasil Skor Akhir	48
Tabel 4.19. Tabel Matriks SOAR	49
Tabel 4.20. Analisis Kompetitor	50
Tabel 4.21. Taktik pada tahap <i>reach</i>	51
Tabel 4.22. KPI tahap <i>reach</i>	54
Tabel 4.23. Taktik pada tahap <i>act</i>	55
Tabel 4.24. KPI tahap <i>act</i>	63
Tabel 4.25. Taktik pada tahap <i>convert</i>	64
Tabel 4.26. KPI tahap <i>convert</i>	71
Tabel 4.27. Taktik pada tahap <i>engage</i>	71
Tabel 4.27. Taktik pada tahap <i>engage</i> (lanjutan).....	72

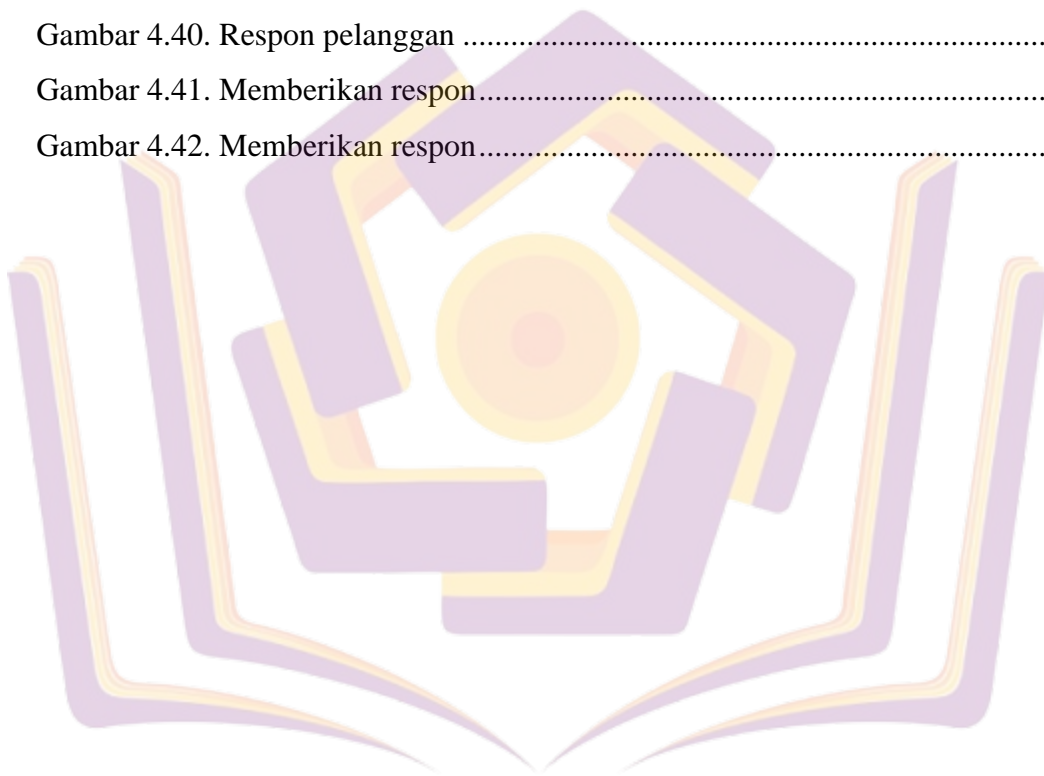
Tabel 4.28. KPI tahap *engage* 75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Data penggunaan media sosial	12
Gambar 2.2. Data media sosial favorit.....	13
Gambar 2.3. Metode RACE.....	17
Gambar 3.4. Konsep penelitian.....	34
Gambar 4.5. Akun instagram toko Tunas Inti.....	52
Gambar 4.6. Halaman facebook toko Tunas Inti	52
Gambar 4.7. Bio instagram toko Tunas Inti.....	52
Gambar 4.8. Halaman facebook toko Tunas Inti	53
Gambar 4.9. Data Kunjungan Akun.....	53
Gambar 4.10. Pengikut Instagram.....	54
Gambar 4.11. Pengikut Facebook.....	54
Gambar 4.12. Pembuatan desain konten.....	56
Gambar 4.13. Pembuatan desain konten.....	56
Gambar 4.14. <i>Caption</i> konten	57
Gambar 4.15. Penggunaan tagar	58
Gambar 4.16. Interaksi pada komentar	59
Gambar 4.17. Tampilan Meta Business Suite.....	59
Gambar 4.18. Tampilan fitur lainnya.....	60
Gambar 4.19. Pemilihan konten unggahan	60
Gambar 4.21. Tampilan konten terjadwal.....	61
Gambar 4.22. Insight Instagram.....	62
Gambar 4.23. <i>Insight</i> Facebook	62
Gambar 4.24. Status Whatsapp	62
Gambar 4.25. Menu pembayaran iklan.....	64
Gambar 4.26. Pengisian anggaran iklan.....	65
Gambar 4.27. Metode pembayaran	65
Gambar 4.28. Pemilihan postingan	66
Gambar 4.29. Pengaturan iklan.....	66
Gambar 4.30. Pengaturan iklan.....	67
Gambar 4.31. Pengaturan iklan.....	67

Gambar 4.32. Pengaturan iklan.....	68
Gambar 4.33 Pengaturan iklan.....	68
Gambar 4.34. Pengaturan iklan.....	68
Gambar 4.35. Pengaturan iklan.....	69
Gambar 4.36. Data hasil iklan.....	69
Gambar 4.37. Demografi Facebook.....	70
Gambar 4.38. Demografi Instagram.....	70
Gambar 4.39. Pesan promosi	72
Gambar 4.40. Respon pelanggan	73
Gambar 4.41. Memberikan respon.....	73
Gambar 4.42. Memberikan respon.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat keterangan melakukan penelitian

Lampiran 2. Wawancara

Lampiran 3. Kartu Bimbingan

Lampiran 4. Dokumentasi

