

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENSAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Sebelumnya.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
B. Metode Pengumpulan Data.....	23
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	25
D. Konsep Penelitian.....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	

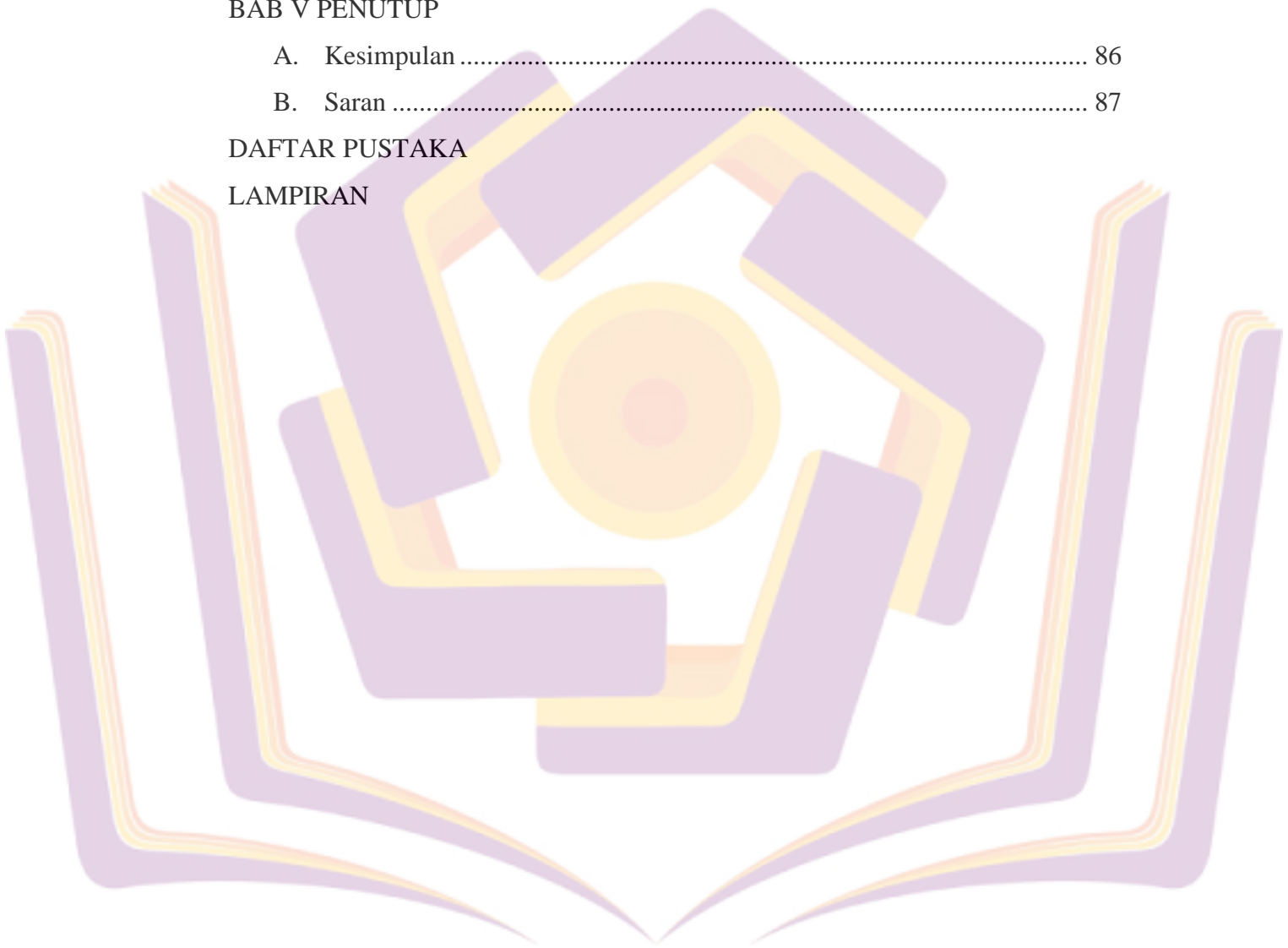
A. <i>Situation Analysis</i>	32
B. <i>Objective</i>	42
C. <i>Strategy</i>	44
D. <i>Tactic</i>	46
E. <i>Action</i>	50
F. <i>Control</i>	81

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 4.1 <i>Customer Insight</i>	32
Tabel 4.2 Ringkasan <i>Competitor Analysis</i>	40
Tabel 4.3 Matriks Analisis <i>SWOT</i>	41
Tabel 4.4 <i>5S Objective</i>	44
Tabel 4.5 Identifikasi <i>Segmen</i>	45
Tabel 4.6 <i>Positioning Instagram</i>	46
Tabel 4.7 <i>Positioning Facebook</i>	46
Tabel 4.8 <i>Marketing Mix 4P</i>	47
Tabel 4.9 Penjelasan <i>Content Planning</i>	51
Tabel 4.10 <i>Content Planning Cafe Ungu</i>	53
Tabel 4.11 Strategi Konten.....	65
Tabel 4.12 <i>Tools</i>	81
Tabel 4.13 <i>KPI Objective Media Sosial Instagram</i> (Sahartian et al., 2022).....	85
Tabel 4.14 <i>KPI Objective Media Sosial Facebook</i> (Sahartian et al., 2022).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial yang digunakan di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Logo Cafe Ungu.....	12
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Amikom Berdaya Guna (ABG).....	13
Gambar 2.3 Elemen Perencanaan <i>SOSTAC</i> (Smith, 2017).....	14
Gambar 3.1 Konsep Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Akun <i>Instagram</i> Posant Coffee.....	34
Gambar 4.2 Akun <i>Facebook</i> Posant Coffe.....	35
Gambar 4.3 Akun <i>Instagram</i> Kedai Bengkok.....	36
Gambar 4.4 Akun <i>Instagram</i> Podjok Kopi Candimas.....	37
Gambar 4.5 Akun <i>Facebook</i> Podjok Kopi.....	37
Gambar 4.6 Akun <i>Instagram</i> Colony.....	38
Gambar 4.7 Akun <i>Facebook</i> Colony.....	39
Gambar 4.8 <i>Startegy Conten Plan</i> dengan Sosial Media.....	48
Gambar 4.9 Rantai Proses <i>Tactic</i> pada Sosial Media <i>Facebook</i>	49
Gambar 4.10 Rantai Proses <i>Tactic</i> pada Sosial Media <i>Instagram</i>	50
Gambar 4.11 <i>Planner</i> (Perencanaan).....	58
Gambar 4.12 <i>Schedule Post</i> (Jadwalkan Postingan).....	58
Gambar 4.13 Create Post (Membuat Postingan).....	59
Gambar 4.14 <i>Schedule</i> (Jadwalkan).....	60
Gambar 4.15 Tampilan Penjadwalan <i>Content Planning</i>	60
Gambar 4. 16 Tampilan Bio <i>Instagram</i> Cafe Ungu.....	61
Gambar 4.17 Tampilan Bio <i>Facebook</i> Page Cafe Ungu.....	62
Gambar 4.18 Tampilan <i>linkable</i> Cafe Ungu.....	62
Gambar 4.19 Tampilan Feed <i>Instagram</i> Cafe Ungu.....	63
Gambar 4.20 Tampilan Feed <i>Facebook</i> Cafe Ungu.....	63
Gambar 4.21 Strategi dalam Konten.....	64
Gambar 4.22 Penggunaan Fitur <i>Colaboration</i>	65
Gambar 4.23 <i>Campaign</i> Open Mic 1.....	67
Gambar 4.24 Dokumentasi Hasil <i>Campaign</i> Open Mic 1.....	68

Gambar 4.25 <i>Campaign Open Mic 1</i>	68
Gambar 4.26 <i>Campaign Open Mic 2</i>	69
Gambar 4.27 Tampilan halaman <i>Fanpage Cafe Ungu</i>	70
Gambar 4.28 Halaman Utama <i>Meta Business Suite</i>	70
Gambar 4.29 Halaman Ads Overview	71
Gambar 4.30 Halaman Goal Ads	71
Gambar 4.31 Halaman Pemilihan Konten untuk Ads	72
Gambar 4.32 Halaman Mengatur Sasaran Ads	72
Gambar 4.33 Halaman Menentukan Goals Sasaran Ads	73
Gambar 4.34 Halaman Mengatur Penargetan Gender dan Usia	74
Gambar 4.35 Halaman Mengatur Penargetan Penargetan Lokasi	74
Gambar 4.36 Halaman Mengatur Penargetan Audiens Spesifik.....	75
Gambar 4.37 Halaman Mengatur Publikasi Iklan & Pembayaran.....	76
Gambar 4.38 Tampilan Notifikasi Iklan	76
Gambar 4.39 Halaman Menentukan Tujuan Iklan.....	77
Gambar 4.40 Halama Mengatur Target Audiens	78
Gambar 4.41 Halama Mengatur Target Audiens (Lanjutan)	78
Gambar 4.42 Halaman Mengatur Durasi & Biaya Iklan.....	79
Gambar 4.43 Tampilan Halaman Pembayaran Iklan	80
Gambar 4.44 Hasil Ads Berdasarkan Analytic Instagram	82
Gambar 4.45 Hasil Ads Berdasarkan Analytic <i>Meta Business Suite</i>	82
Gambar 4.46 Hasil Ads Facebook	83
Gambar 4.47 Hasil Ads Facebook (Lanjutan).....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan

Lampiran 2. Observasi

Lampiran 3. Wawancara

Lampiran 4. Dokumentasi

