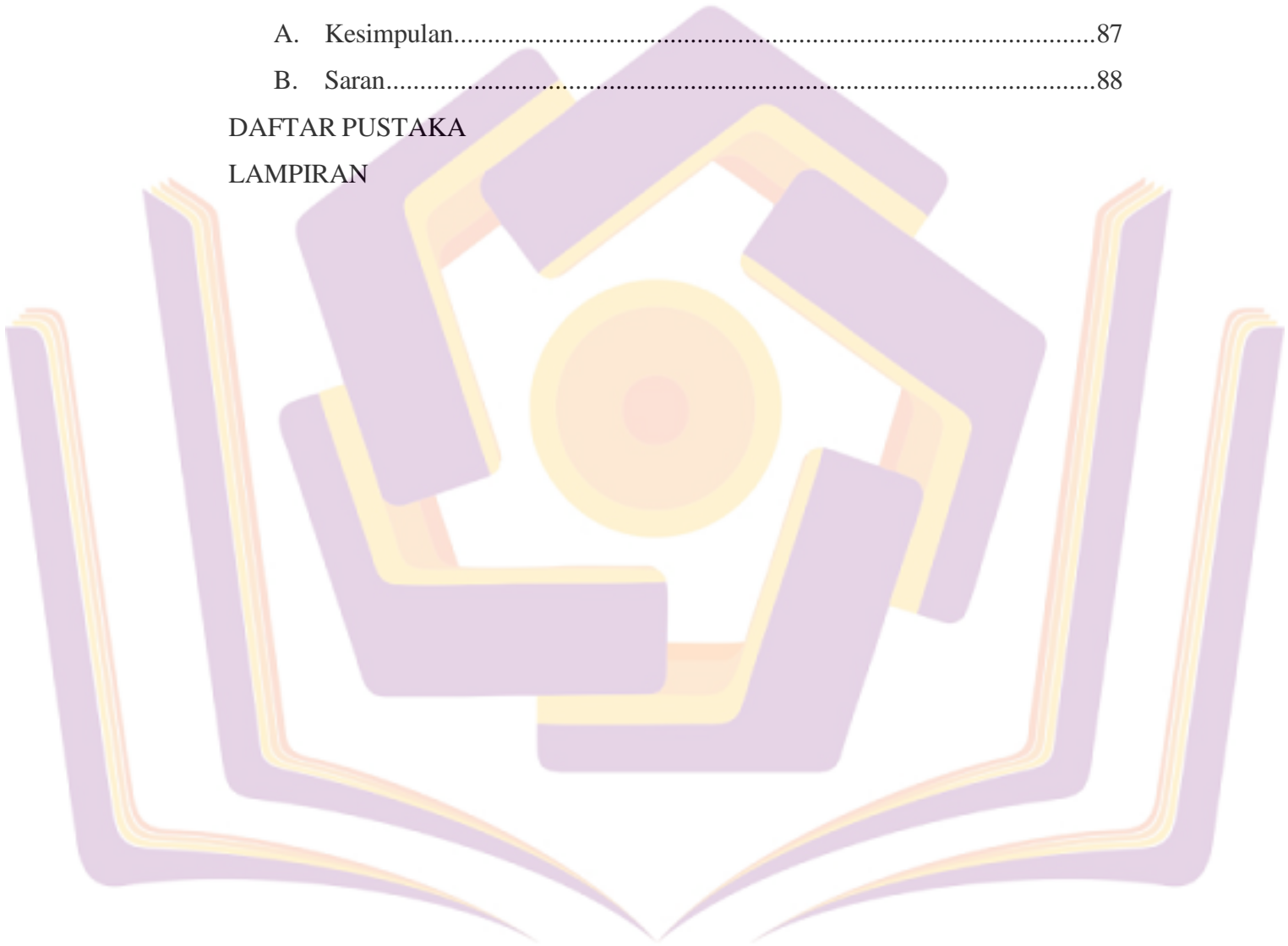


DAFTAR ISI

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	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
INTISARI.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Sebelumnya	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Tempat dan Waktu Penelitian	24
B. Metode Pengumpulan Data	24
C. Alat dan Bahan Penelitian	26
D. Konsep Penelitian.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33

A. <i>Planning</i> (perencanaan)	33
B. <i>Reach</i> (Jangkauan)	36
C. <i>Act</i> (Interaksi).....	47
D. <i>Convert</i> (Konversi).....	58
E. <i>Engage</i> (Keterlibatan).....	64
F. Hasil Akhir	78
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 4.1 Hasil Analisis SWOT	35
Tabel 4.2 Penentuan Key Performace Indicator	36
Tabel 4.3 Penetapan Taktik pada Tahap <i>Reach</i>	37
Tabel 4.4 Presentase Ketercapaian Jangkauan	45
Tabel 4.5 Presentase Ketercapaian Kunjungan Profil akun Instagram	46
Tabel 4.6 Presentase Ketercapaian Kunjungan Profil akun Instagram	47
Tabel 4.7 Penetapan Taktik pada Tahap Act.....	48
Tabel 4.8 Presentase Ketercapaian Interaksi	57
Tabel 4.9 Penetapan Taktik pada Tahap Convert.....	58
Tabel 4.10 Presentase Ketercapaian Convert (konten 1).....	62
Tabel 4.11 Presentase Ketercapaian Convert (konten 2).....	64
Tabel 4.12 Penetapan Taktik Tahap Engage	64
Tabel 4.13 Kualitas Hasil Engagement Rate.....	75
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Engagement Rate.....	76
Tabel 4.15 Presentase Ketercapaian Engagement Rate.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia	2
Gambar 2.1 Tahapan RACE Planning Framework	10
Gambar 2.2 Contoh Analisis SWOT	16
Gambar 2.3 Logo Toserba Berkah Jaya Sampang	17
Gambar 3.1 Konsep Penelitian	28
Gambar 4.1 Konten Edukatif Promosi dalam bentuk Infografis	38
Gambar 4.2 Konten Edukatif tutorial belanja yang baik dan benar	38
Gambar 4.3 Konten Persuasif.....	39
Gambar 4.4 Konten Interaktif.....	40
Gambar 4.5 Implementasi Penggunaan Hashtag Edukatif Promosi.....	41
Gambar 4.6 Implementasi Penggunaan Hashtag Konten Edukatif Tutorial	41
Gambar 4.7 Implementasi Penggunaan Hashtag Konten Persuasif	41
Gambar 4.8 Implementasi Penggunaan Hashtag Konten Interaktif	41
Gambar 4.9 Halaman Menu Iklan Pada Meta Business Suite.....	42
Gambar 4.10 Halaman Menu Iklan Pada	43
Gambar 4.11 Halaman Menu Iklan Pada	43
Gambar 4.12 Halaman Menu Iklan Pada	44
Gambar 4.13 Hasil Jangkauan Instagram.....	45
Gambar 4.14 Hasil Profile Visit Instagram	46
Gambar 4.15 Hasil Pengikut Baru.....	47
Gambar 4.16 Konten Gimik Edukatif	50
Gambar 4.17 Konten Ulasan Pelanggan.....	51
Gambar 4.18 Implementasi <i>Direct Response Copywriting</i>	51
Gambar 4.19 Halaman Menu Konten Pada Meta Business Suite	52
Gambar 4.20 Halaman Menu Iklan Pada Meta Business Suite.....	53
Gambar 4.21 Halaman Menu Iklan Pada	54
Gambar 4.22 Halaman Menu Iklan Pada	54
Gambar 4.23 Halaman Menu Iklan Pada	55
Gambar 4.24 Halaman Menu Iklan Pada	56

Gambar 4.25 Interaksi Konten	57
Gambar 4.26 Konten Promosi Produk Fashion Pria	59
Gambar. 4.27 Konten Promosi Call to Action (CTA).....	60
Gambar 4.28 Implementasi Hashtag Pada Konten Tahap Convert	61
Gambar 4.29 Hasil konten Promosi Produk Fashion	62
Gambar 4.30. Hasil Konten Call To Action (CTA)	63
Gambar 4.31 Implementasi Konten Promosi Produk Fashion Wanita	65
Gambar 4.32 Implementasi Konten Promosi We Are Open	66
Gambar 4.33 Implementasi Promotional Copywriting.....	68
Gambar 4.34 Implementasi Penggunaan Hashtag.....	69
Gambar 4.35 Halaman Menu Konten Pada Meta Business Suite	70
Gambar 4.36. Halaman Menu iklan pada Meta Business Suite	71
Gambar 4.37 Halaman Menu iklan pada Meta.....	71
Gambar 4.38 Halaman Menu iklan pada Meta.....	72
Gambar 4.39 Halaman Menu iklan pada Meta.....	73
Gambar 4.40 Halaman Menu iklan pada Meta.....	73
Gambar 4.41 Halaman Menu iklan pada Meta.....	74
Gambar 4.42. Grafik Kunjungan pada Toserba BJ Sampang	77
Gambar 4.43 Implementasi Konten Keseluruhan.....	78
Gambar 4.44 Implementasi Konten Keseluruhan (Lanjutan).....	79
Gambar 4.45 Tampilan Halaman Menu Iklan (Promosi).....	79
Gambar 4.46 Hasil Laporan Konten Interaktif.....	80
Gambar 4.47 Hasil Berdasarkan Anlytics	81
Gambar 4.48 Hasil Berdasarkan Anlytics	82
Gambar 4.49 Hasil Berdasarkan Anlytics	82
Gambar 4.50 Hasil Berdasarkan Anlytics	83
Gambar 4.51 Hasil Berdasarkan Anlytics	83
Gambar 4.52 Hasil Berdasarkan Anlytics	84

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Izin Penelitian
- Lampiran 2. Wawancara
- Lampiran 3. Hasil Wawancara
- Lampiran 4. Surat Keterangan Wawancara
- Lampiran 5. Dokumentasi Observasi
- Lampiran 6. Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 7. Dokumentasi Pembuatan Konten
- Lampiran 8. Dokumentasi Unggah Konten
- Lampiran 9. Kartu Bimbingan