

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
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
B. Metode Pengumpulan Data.....	30
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	32
D. Konsep Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40

A. Pemetaan Model Bisnis (BMC).....	40
B. Analisis SWOT	48
C. Metode AIDA	63
D. <i>Content Planning</i>	71
E. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i>	76
BAB V PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Matriks SWOT.....	20
Tabel 2.2. Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 3.1. <i>Content Planning</i>	38
Tabel 4.1. Analisis SWOT terhadap Kebab Wicak.....	50
Tabel 4.2. Analisis SWOT terhadap Instagram Kebab Wicak.....	52
Tabel 4.3. Analisis Faktor Kekuatan (IFAS)	53
Tabel 4.4. Analisis Faktor Kelemahan (IFAS).....	54
Tabel 4.5. Hasil Analisis IFAS	54
Tabel 4.6. Analisis Faktor Peluang (EFAS).....	56
Tabel 4.7. Analisis Faktor Ancaman (EFAS)	56
Tabel 4.8. Hasil Analisis EFAS	57
Tabel 4.9. Hasil Analisis EFAS	60
Tabel 4.10. Matriks Analisis SWOT.....	62
Tabel 4.11. <i>Content Planning</i>	72
Tabel 4.12. Strategi Konten Instagram	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Internet dan Sosial Media Indonesia	2
Gambar 1.2. Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia	3
Gambar 1.3. Omzet Penjualan Kebab Wicak.....	6
Gambar 2.1. <i>Business Model Canvas</i>	17
Gambar 2.2. Diagram Kartesius Analisis SWOT	21
Gambar 2.3. Metode AIDA.....	23
Gambar 3.1. Konsep Penelitian.....	34
Gambar 3.2. SWOT Analysis.....	37
Gambar 4.1. <i>Business Model Canvas</i>	40
Gambar 4.2. Menu Kebab wicak.....	42
Gambar 4.3. Lokasi usaha Kebab Wicak	43
Gambar 4.4. <i>GoFood</i> Kebab Wicak.....	44
Gambar 4.5. Diagram SWOT Kartesian	58
Gambar 4.6. Postingan kurang menarik perhatian	63
Gambar 4.7. Postingan terbaru untuk menarik perhatian	65
Gambar 4.8. Postingan tidak membangun minat	65
Gambar 4.9. Postingan terbaru untuk membangun ketertarikan.....	67
Gambar 4.10. Postingan tidak membangun keinginan.....	67
Gambar 4.11. Postingan terbaru untuk menumbuhkan keinginan	69
Gambar 4.12. Postingan tidak melakukan tindakan.....	69
Gambar 4.13. Postingan terbaru untuk melakukan Tindakan	71
Gambar 4.14. Tampilan Bio Instagram Kebab Wicak.....	76
Gambar 4.15. Tampilan Halaman <i>Linktree</i> Kebab Wicak.....	77
Gambar 4.16. Tampilan <i>Feed</i> Instagram Kebab Wicak.....	78
Gambar 4.17. Tampilan <i>Reels</i> Instagram Kebab Wicak	79
Gambar 4.18. Strategi Konten Promosi Instagram Kebab Wicak	79
Gambar 4.19. Tampilan konten terjadwal di Instagram.....	81
Gambar 4.20. Tayangan akun sebelum dan sesudah penerapan	82
Gambar 4.21. Menentukan tujuan iklan.....	83

Gambar 4.22. Menentukan target <i>audiens</i>	84
Gambar 4.23. Pengaturan anggaran, durasi dan peninjauan iklan	85
Gambar 4.24. Hasil Instagram <i>Ads</i>	87
Gambar 4.25. Perbedaan jumlah jangkauan konten.....	88
Gambar 4.26. Pertumbuhan followers	89
Gambar 4.27. Omzet Kebab Wicak Setelah Implementasi.....	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan

Lampiran 2. Hasil Turnitin

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara

Lampiran 6. Observasi Akun Instagram @kebab_wica

Lampiran 7. Dokumentasi Tempat Usaha Kebab Wicak

