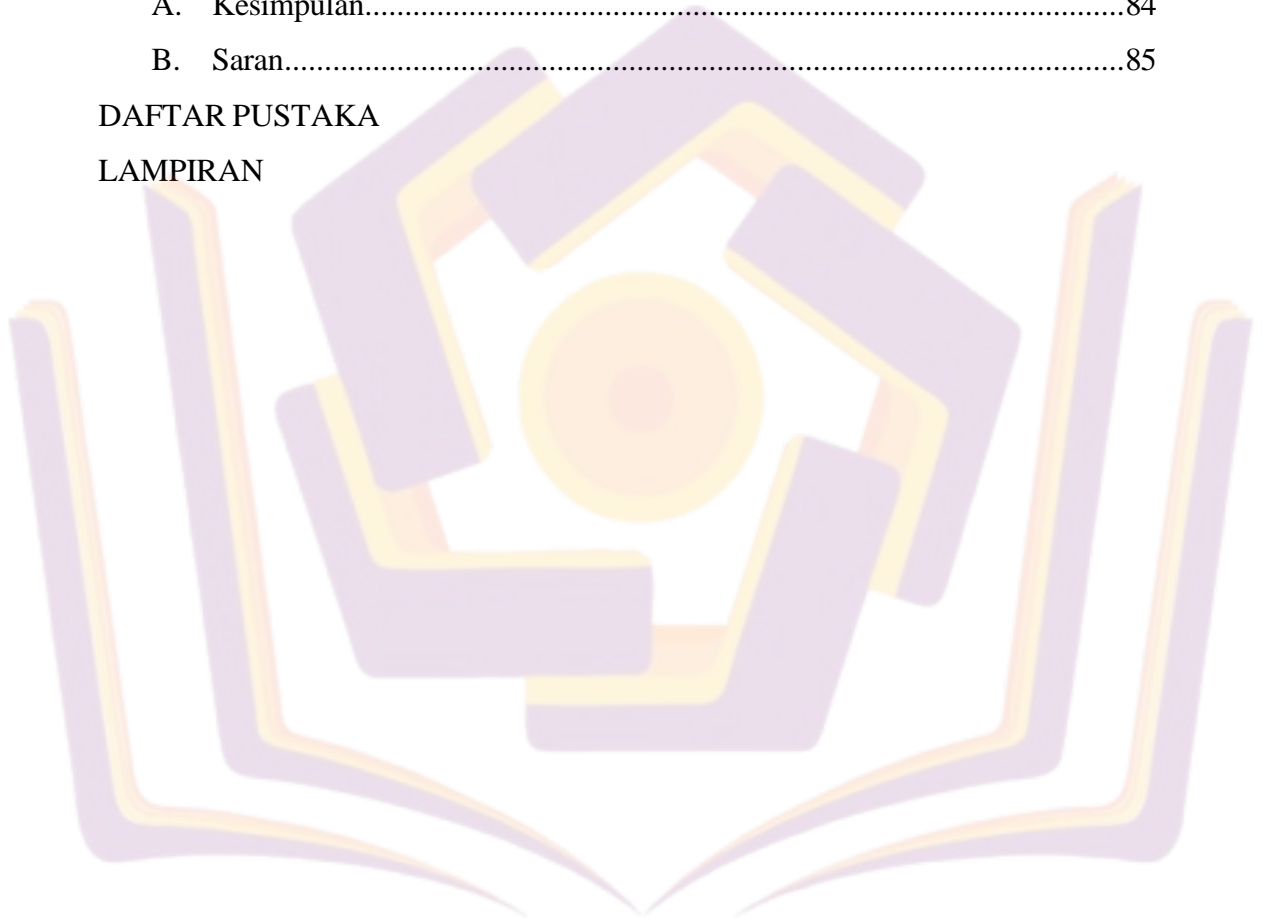


DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-------|
| 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 | 6 |
| C. Batasan Masalah | 6 |
| D. Tujuan Penelitian | 6 |
| E. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Landasan Teori | 8 |
| B. Penelitian Sebelumnya | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 26 |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian | 26 |
| B. Metode Pengumpulan Data | 26 |
| C. Alat dan Bahan Penelitian | 29 |
| D. Konsep Penelitian | 30 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 34 |

| | |
|------------------------------------|----|
| A. <i>Situation Analysis</i> | 34 |
| B. <i>Objective</i> | 46 |
| C. <i>Strategy</i> | 48 |
| D. <i>Tactics</i> | 50 |
| E. <i>Action</i> | 51 |
| F. <i>Control</i> | 73 |
| BAB V PENUTUP | 84 |
| A. Kesimpulan..... | 84 |
| B. Saran..... | 85 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Matriks SWOT | 14 |
| Tabel 2. 2 Penelitian Sebelumnya | 23 |
| Tabel 4. 1 Faktor-faktor Internal dan Eksternal | 38 |
| Tabel 4. 2 Matriks SWOT | 39 |
| Tabel 4. 3 Perhitungan IFAS | 41 |
| Tabel 4. 4 Perhitungan EFAS | 43 |
| Tabel 4. 5 Perhitungan Skor Akhir IFAS dan EFAS..... | 44 |
| Tabel 4. 6 <i>Customer Insight</i> | 46 |
| Tabel 4. 7 5S Objective | 48 |
| Tabel 4. 8 Identifikasi Segmen | 49 |
| Tabel 4. 9 Channel Sosial Media..... | 50 |
| Tabel 4. 10 Marketing Mix 4P | 50 |
| Tabel 4. 11 Kesimpulan <i>Tactics</i> | 50 |
| Tabel 4. 12 Penjelasan Content Planning | 52 |
| Tabel 4. 13 Perbandingan Profil Sosial Media ASPIKMART | 74 |
| Tabel 4. 14 Perbandingan Hasil Penjualan | 75 |
| Tabel 4. 15 KPI Objective Media Sosial <i>Instagram</i> | 81 |
| Tabel 4. 16 KPI Objective Media Sosial <i>Facebook</i> | 81 |
| Tabel 4. 17 KPI Objective Media Sosial <i>TikTok</i> | 82 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang digunakan di Indonesia | 2 |
| Gambar 2. 1 Logo Aspikmart..... | 10 |
| Gambar 2. 2 Metode SOSTAC..... | 11 |
| Gambar 3. 1 Konsep Penelitian | 31 |
| Gambar 3. 2 Alur Metode SOSTAC | 33 |
| Gambar 4. 1 Kuadran SWOT | 44 |
| Gambar 4. 2 <i>Strategy Content Plan Instagram dan Facebook</i> | 51 |
| Gambar 4. 3 Tampilan Awal Meta Business Suite..... | 53 |
| Gambar 4. 4 Jadwalkan Postingan..... | 53 |
| Gambar 4. 5 Membuat Postingan | 54 |
| Gambar 4. 6 Penjadwalan Postingan..... | 54 |
| Gambar 4. 7 Tampilan Penjadwalan Content Planning..... | 55 |
| Gambar 4. 8 Tampilan Awal <i>TikTok</i> Studio..... | 55 |
| Gambar 4. 9 Halaman Unggah | 56 |
| Gambar 4. 10 Halaman Menu Deskripsi | 56 |
| Gambar 4. 11 Menu Tambah Tautan..... | 57 |
| Gambar 4. 12 Menu Penonton dan Jadwal..... | 57 |
| Gambar 4. 13 Tampilan Penjadwalan <i>TikTok</i> Studio..... | 58 |
| Gambar 4. 14 Tampilan Bio <i>Instagram</i> ASPIKMART..... | 59 |
| Gambar 4. 15 Tampilan Bio Fanspage <i>Facebook</i> | 59 |
| Gambar 4. 16 Tampilan Feed <i>Facebook</i> ASPIKMART | 60 |
| Gambar 4. 17 Tampilan Feed <i>Instagram</i> | 60 |
| Gambar 4. 18 Tampilan Halaman Fanspage ASPIKMART | 61 |
| Gambar 4. 19 Mengatur Sasaran <i>Ads</i> | 62 |
| Gambar 4. 20 Halaman Menentukan Goals Sasaran <i>Ads</i> | 62 |
| Gambar 4. 21 Halaman Mengatur Penargetan Gender dan Usia..... | 63 |
| Gambar 4. 22 Halaman Mengatur Lokasi | 63 |
| Gambar 4. 23 Halaman Mengatur Publikasi Iklan | 64 |
| Gambar 4. 24 Halaman Mengatur Pembayaran..... | 64 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4. 25 Tampilan Notifikasi Iklan..... | 65 |
| Gambar 4. 26 Halaman Menentukan Tujuan Iklan | 65 |
| Gambar 4. 27 Halaman Mengatur Target dan Lokasi <i>Audiens</i> | 66 |
| Gambar 4. 28 Mengatur Target <i>Audiens</i> Lanjutan | 67 |
| Gambar 4. 29 Halaman Mengatur Durasi dan Biaya Iklan | 67 |
| Gambar 4. 30 Halaman Pembayaran Iklan dan Notifikasi Iklan Ditinjau..... | 68 |
| Gambar 4. 31 tampilan Awal <i>TikTok Ads Manager</i> | 69 |
| Gambar 4. 32 Halaman Nama Iklan..... | 69 |
| Gambar 4. 33 Halaman Pengaturan Demografi | 70 |
| Gambar 4. 34 Halaman Pengaturan Gender, Bahasa dan Minat | 70 |
| Gambar 4. 35 Halaman Pengaturan Perangkat..... | 71 |
| Gambar 4. 36 Halaman Mengatur Anggaran Dan Jadwal..... | 71 |
| Gambar 4. 37 Halaman Pembayaran Iklan..... | 72 |
| Gambar 4. 38 Halaman Pengoptimalan Tujuan | 72 |
| Gambar 4. 39 Halaman Untuk Menambah Produk | 73 |
| Gambar 4. 40 Hasil <i>Ads</i> Berdasarkan <i>Analytic Instagram</i> | 76 |
| Gambar 4. 41 Hasil <i>Ads</i> Berdasarkan <i>Analytic Meta Business Suite</i> | 77 |
| Gambar 4. 42 Hasil <i>Ads Facebook</i> | 78 |
| Gambar 4. 43 Hasil <i>Ads Facebook</i> Lanjutan..... | 78 |
| Gambar 4. 44 Hasil <i>Ads TikTok</i> | 79 |
| Gambar 4. 45 Hasil <i>Ads TikTok</i> Lanjutkan | 79 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1

Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 4. Hasil Wawancara Dengan Penanggungjawab ASPIKMART

Lampiran 5. Hasil Observasi

Lampiran 6. Dokumentasi

Lampiran 7. Penentu Rating SWOT

