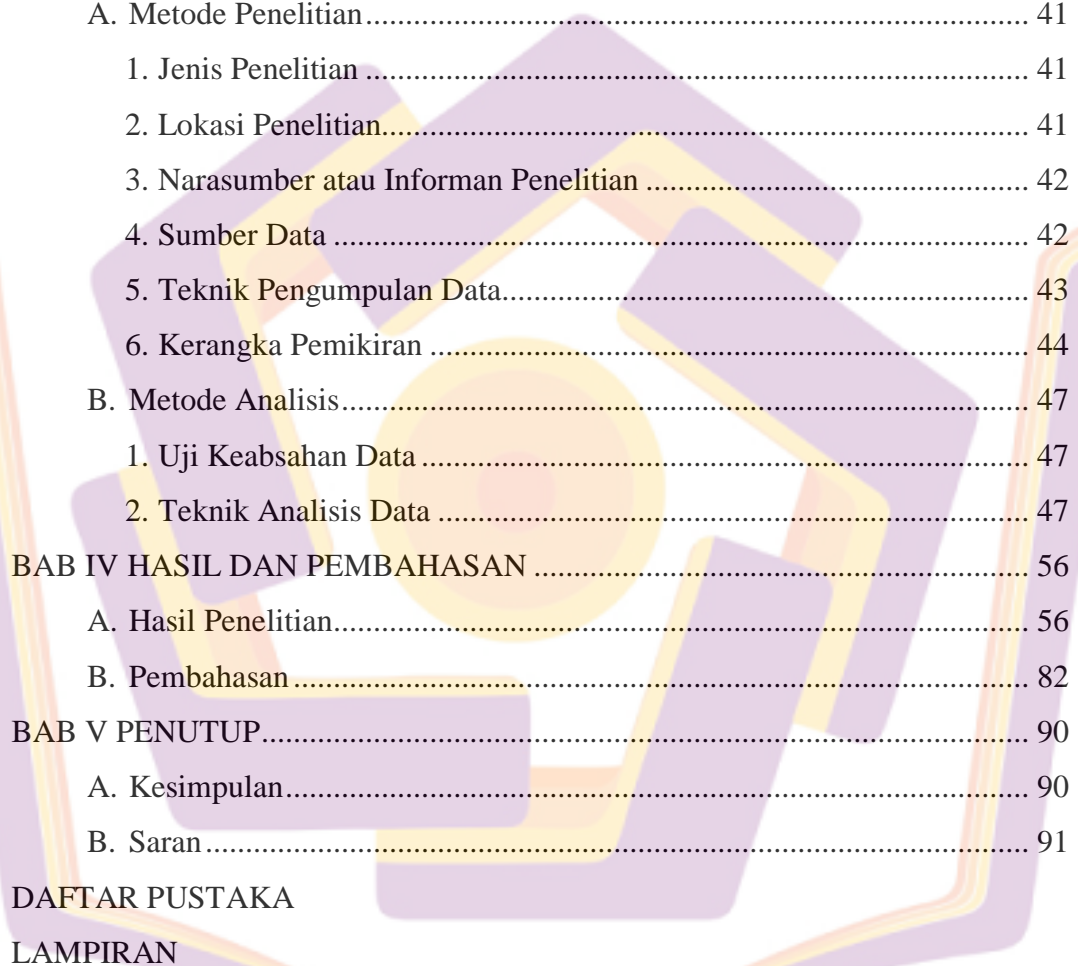


## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	14
1. Strategi.....	14
2. Perancangan Strategi.....	15
3. Komunikasi.....	16
4. Pemasaran.....	18
5. Komunikasi Pemasaran.....	19
6. Pemasaran Digital.....	21
7. Komunikasi Pemasaran Digital.....	22



8. <i>Brand Awareness</i> .....	24	
9. Model SOSTAC.....	26	
10. Analisis SWOT .....	29	
11. <i>Ecoprint</i> .....	32	
B. Penelitian Sebelumnya .....	33	
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
A. Metode Penelitian.....	41	
1. Jenis Penelitian .....	41	
2. Lokasi Penelitian.....	41	
3. Narasumber atau Informan Penelitian .....	42	
4. Sumber Data .....	42	
5. Teknik Pengumpulan Data.....	43	
6. Kerangka Pemikiran .....	44	
B. Metode Analisis.....	47	
1. Uji Keabsahan Data .....	47	
2. Teknik Analisis Data .....	47	
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		56
A. Hasil Penelitian.....	56	
B. Pembahasan .....	82	
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		90
A. Kesimpulan.....	90	
B. Saran.....	91	
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perwakilan Pengrajin UMKM <i>Ecoprint</i> Binaan DINPERINDAG Kabupaten Banyumas Tahun 2023 .....	5
Tabel 1. 2 Peringkat 5 Teratas Pengrajin UMKM <i>Ecoprint</i> Binaan DINPERINDAG Kabupaten Banyumas .....	6
Tabel 2. 1 Matriks SWOT .....	31
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3. 1 Strategi Matriks SWOT .....	53
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara .....	57
Tabel 4. 2 Hasil Observasi .....	59
Tabel 4. 3 Triangulasi Waktu .....	61
Tabel 4. 4 Triangulasi Teknik .....	63
Tabel 4. 5 Analisis Faktor-Faktor Internal FJA COLLECTION .....	66
Tabel 4. 6 Analisis Faktor-Faktor Eksternal FJA COLLECTION .....	67
Tabel 4. 7 Pembobotan Faktor IFAS .....	69
Tabel 4. 8 Pembobotan Faktor EFAS .....	70
Tabel 4. 9 Analisis Matriks SWOT .....	73
Tabel 4. 10 Porter's Five Forces .....	75
Tabel 4. 11 5s Objective .....	76
Tabel 4.12 Segmentation Strategy .....	76
Tabel 4.13 Positioning Strategy .....	78
Tabel 4.14 Tactics Strategy .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan FJA COLLECTION Selama 6 Bulan Terakhir .....	9
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness .....	25
Gambar 2. 2 Model SOSTAC .....	27
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 3. 2 Diagram Analisis SWOT .....	52
Gambar 4. 1 Unggahan di Instagram .....	63
Gambar 4. 2 Unggahan di TikTok .....	63
Gambar 4. 3 Produk FJA COLLECTION.....	63
Gambar 4. 4 FJA COLLECTION binaan DINPERINDAG .....	64
Gambar 4. 5 Reels Instagram .....	64
Gambar 4. 6 Konten TikTok .....	64
Gambar 4. 7 Age Range dan Gender .....	65
Gambar 4. 8 Instagram Pesaing .....	65
Gambar 4. 9 Diagram SWOT FJA COLLECTION .....	72
Gambar 4. 10 Akun Instagram FJA COLLECTION .....	79
Gambar 4. 11 Akun TikTok FJA COLLECTION .....	80
Gambar 4. 12 Konten FJA COLLECTION di Instagram .....	81
Gambar 4. 13 Konten FJA COLLECTION di TikTok .....	81
Gambar 4. 14 Kalender Jadwal Konten Bulan Agustus 2023.....	88
Gambar 4. 15 Kalender Jadwal Konten Bulan Agustus 2023.....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 3. Surat Izin Penelitian DPMPTSP Kabupaten Banyumas
- Lampiran 4. Data Jumlah UMKM Kabupaten Banyumas
- Lampiran 5. Surat Izin Usaha FJA Collection
- Lampiran 6. Surat Keterangan Pengrajin Ecoprint Binaan DINPERINDAG Kabupaten Banyumas
- Lampiran 7. Surat Keterangan 5 Peringkat Teratas Pengrajin Ecoprint Kabupaten Banyumas
- Lampiran 8. Penjualan FJA COLLECTION Selama 6 Bulan Terakhir
- Lampiran 9. Pedoman Wawancara
- Lampiran 10. Transkrip Wawancara
- Lampiran 11. Dokumentasi