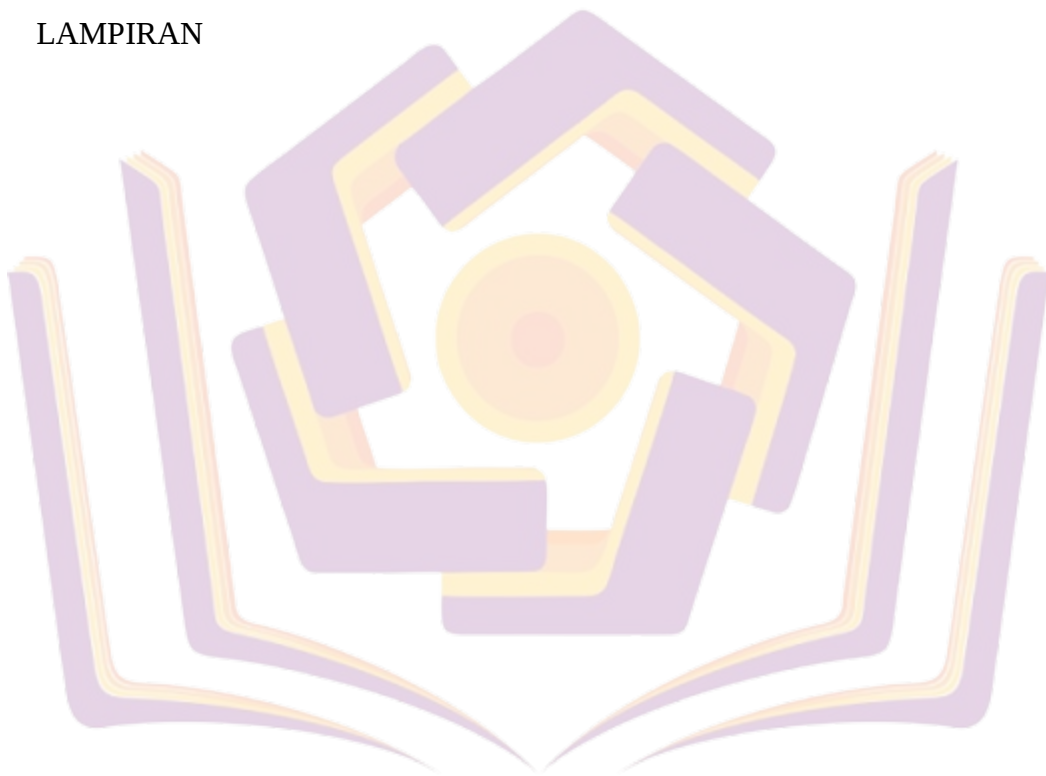


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
INTISARI.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Sebelumnya.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
B. Metode Pengumpulan Data.....	46
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	52
D. Konsep Penelitian	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60

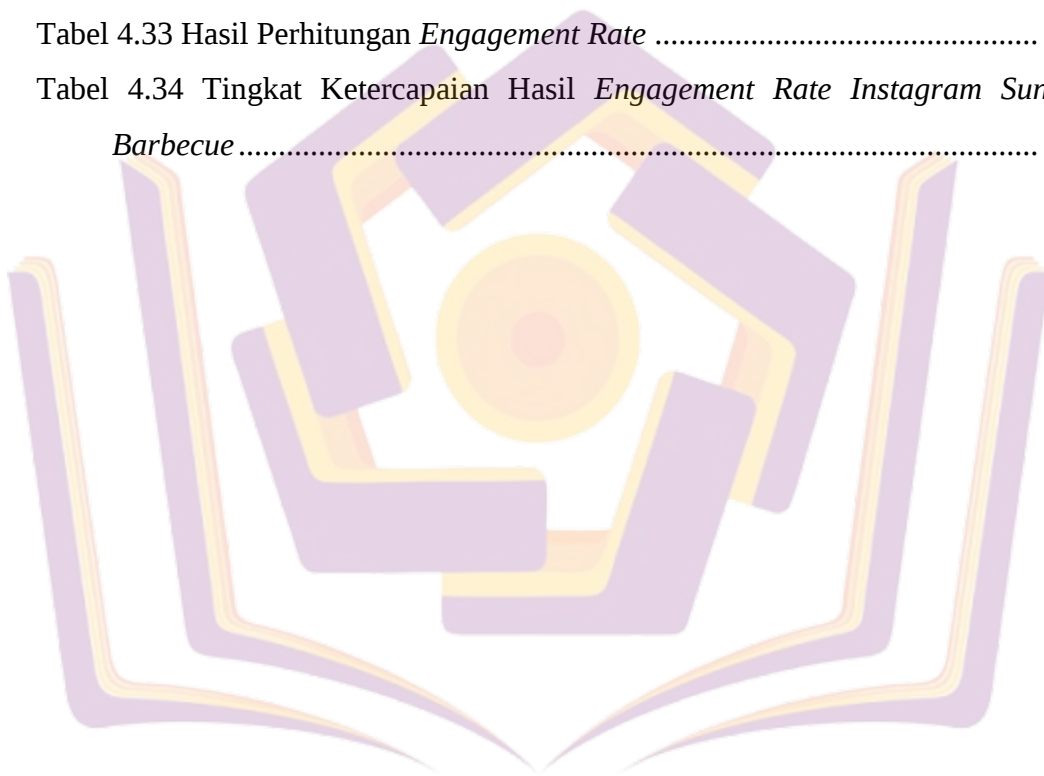
A. <i>Plan</i>	60
B. Metode RACE.....	78
C. Hasil Implementasi	136
D. Pengukuran KPI.....	144
BAB V PENUTUP.....	155
A. Kesimpulan	155
B. Saran	156
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	44
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Survei <i>Brand Awareness</i>	56
Tabel 4.1 Analisis SWOT Proses Bisnis <i>Sunday Barbecue</i>	62
Tabel 4.2 Strategi SWOT Proses Bisnis <i>Sunday Barbecue</i>	65
Tabel 4.3 Analisis SWOT Akun <i>Instagram Sunday Barbecue</i>	69
Tabel 4.4 Strategi SWOT Akun <i>Instagram Sunday Barbecue</i>	72
Tabel 4.5 Hasil Identifikasi Segmentasi Pasar	74
Tabel 4.6 Hasil Identifikasi Targeting Pasar	75
Tabel 4.7 Target <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	78
Tabel 4.8 Rancangan Taktik Tahap <i>Reach</i>	79
Tabel 4.9 Hasil Capaian Jangkauan Akun <i>Instagram</i>	101
Tabel 4.10 Hasil Capaian Tayangan Konten	103
Tabel 4.11 Hasil Capaian Kunjungan Profil	103
Tabel 4.12 Rancangan Taktik Tahap <i>Act</i>	104
Tabel 4.13 Hasil Capaian Pertumbuhan <i>Followers</i>	112
Tabel 4.14 Hasil Capaian Interaksi	113
Tabel 4.15 Hasil Capaian <i>Likes, Comment, Share, dan Save</i>	114
Tabel 4.16 Hasil Capaian Klik Tautan	115
Tabel 4.17 Rancangan Taktik Tahap <i>Convert</i>	115
Tabel 4.18 Hasil Capaian <i>Direct Message</i>	125
Tabel 4.19 Hasil Capaian Pesan <i>Whatsapp</i> Pelanggan Baru	127
Tabel 4.20 Rancangan Taktik Tahap <i>Engage</i>	127
Tabel 4.21 Hasil Capaian Postingan Sebagai Indikator Perhitungan <i>Engagement Rate</i>	136
Tabel 4.22 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Jangkauan Akun <i>Instagram</i>	144
Tabel 4.23 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Tayangan	145
Tabel 4.24 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Kunjungan Profil	146
Tabel 4.25 Hasil Survei Tingkat <i>Brand Awareness Sunday Barbecue</i>	146
Tabel 4.26 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Pertumbuhan <i>Followers</i>	149

Tabel 4.27 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Interaksi	149
Tabel 4.28 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Jumlah <i>Likes</i> , <i>Comment</i> , <i>Share</i> , dan <i>Save</i>	150
Tabel 4.29 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Klik Tautan.....	150
Tabel 4.30 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Jumlah <i>Direct Message</i>	151
Tabel 4.31 Hasil Pengukuran KPI pada Capaian Jumlah Pesan <i>Whatsapp</i> Pelanggan Baru.....	152
Tabel 4.32 Metriks <i>Engagement Rate</i>	153
Tabel 4.33 Hasil Perhitungan <i>Engagement Rate</i>	153
Tabel 4.34 Tingkat Ketercapaian Hasil <i>Engagement Rate Instagram Sunday</i> <i>Barbecue</i>	154



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025	2
Gambar 1.2 Data <i>Social Media</i> dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia Tahun 2025	4
Gambar 2.1 Logo <i>Sunday Barbecue</i>	28
Gambar 2.2 Matriks SWOT	30
Gambar 2.3 Metode <i>RACE Planning Framework</i>	35
Gambar 3.1 Bagan Alur Penelitian	54
Gambar 4.1 Tampilan <i>Google Business Profile Sunday Barbecue</i> Sebelum di Klaim	80
Gambar 4.2 Langkah-Langkah Melakukan Klaim <i>Google Business Profile</i>	80
Gambar 4.3 Hasil Bio Terbaru Akun <i>Instagram Sunday Barbecue</i>	88
Gambar 4.4 Kalender Rencana Konten.....	89
Gambar 4.5 Konten <i>Reels</i> Proses Produksi <i>Smoked Wagyu Brisket</i> untuk Tahap <i>Reach</i>	90
Gambar 4.6 Konten <i>Single Post Visual Close-up Brisket Slice</i> untuk Tahap <i>Reach</i>	91
Gambar 4.7 Penggunaan <i>Hashtag</i>	92
Gambar 4.8 Halaman untuk Mengatur <i>Content Panner</i> pada <i>Meta Business Suite</i>	93
Gambar 4.9 Hasil <i>Content Planner</i> pada <i>Meta Business Suite</i>	94
Gambar 4.10 Contoh Tampilan Konten Kolaborasi dengan Akun Pemilik <i>Sunday Barbecue</i>	95
Gambar 4.11 Langkah-Langkah Melakukan Iklan Berbayar (<i>Instagram Ads</i>).....	96
Gambar 4.12 Contoh Tampilan Iklan Konten yang Sudah Dipublikasikan.....	98
Gambar 4.13 Konten Pilihan yang Diiklankan	99
Gambar 4.14 Hasil Jangkauan Akun pada <i>Insight Meta Business Suite</i>	101
Gambar 4.15 Hasil Total Tayangan Konten pada <i>Insight Meta Business Suite</i> ..	102
Gambar 4.16 Hasil Kunjungan Profil pada <i>Insight Meta Business Suite</i>	103
Gambar 4.17 Pembuatan <i>Linktree</i>	105

Gambar 4.18 Tampilan Halaman <i>Linktree Sunday Barbecue</i>	106
Gambar 4.19 Konten <i>Carousel</i> Edukasi Brisket untuk Tahap <i>Act</i>	107
Gambar 4.20 Konten <i>Carousel</i> Edukasi Perbedaan Brisket dan Shortplate untuk Tahap <i>Act</i>	107
Gambar 4.21 Penerapan <i>Copywriting</i> dan <i>Call-to-Action</i> pada Tipografi Konten	109
Gambar 4.22 Penerapan <i>Copywriting</i> dan <i>Call-to-Action</i> pada <i>Caption</i> Postingan	110
Gambar 4.23 Penggunaan Fitur <i>Polling</i> pada Postingan <i>Instagram</i>	111
Gambar 4.24 Hasil Pertumbuhan <i>Followers Instagram Sunday Barbecue</i> pada <i>Insight Meta Business Suite</i>	112
Gambar 4.25 Hasil Interaksi Audiens <i>Instagram</i> pada <i>Insight Meta Business Suite</i>	113
Gambar 4.26 Hasil Kunjungan atau Klik Tautan Bio pada <i>Insight Meta Business Suite</i>	114
Gambar 4.27 Konten <i>Feed</i> Ajakan Pembelian Produk <i>Hampers</i> untuk Tahap <i>Convert</i>	117
Gambar 4.28 Konten Promosi Layanan <i>Custom</i> Jumlah Besar untuk Tahap <i>Convert</i>	117
Gambar 4.29 Pembuatan Format Pesan untuk Tanggapan Otomatis pada <i>Meta Business Suite</i>	118
Gambar 4.30 Penerapan Fitur Pesan Otomatis pada <i>Direct Message Instagram</i>	119
Gambar 4.31 Penyisipan Tautan <i>Linktree</i> pada Konten <i>Instagram Story</i>	120
Gambar 4.32 Hasil Format Pesan Awal Otomatis pada <i>Whatsapp</i>	122
Gambar 4.33 Interaksi dengan Audiens Melalui Balasan Komentar	123
Gambar 4. 34 Interaksi dengan Audiens Melalui Balasan DM	124
Gambar 4.35 Hasil Pesan Masuk (<i>Direct Message</i>) pada <i>Insight Instagram</i>	125
Gambar 4.36 Pesan <i>Whatsapp</i> dari Pelanggan Baru.....	126
Gambar 4.37 Konten <i>Single Post</i> Suasana Hangat Restoran untuk Tahap <i>Engage</i>	129

Gambar 4.38 Konten <i>Single Post</i> Layanan <i>Take Away</i> Premium untuk Tahap <i>Engage</i>	130
Gambar 4.39 Konten <i>Single Post</i> Proses Marinasi Brisket untuk Tahap <i>Engage</i>	131
Gambar 4.40 Konten <i>Flyer Instagram Story</i>	132
Gambar 4.41 Balasan <i>Mention</i> Konten <i>Review</i> Pelanggan.....	134
Gambar 4.42 Interaksi <i>Repost</i> Konten <i>Review</i> Pelanggan pada <i>Instagram Story</i>	135
Gambar 4.43 Halaman <i>Google Business Profile Sunday Barbecue</i> Secara Utuh	137
Gambar 4.44 Hasil Kinerja <i>Google Business Profile Sunday Barbecue</i>	137
Gambar 4.45 Halaman <i>Linktree Sunday Barbecue</i> yang Dipublikasikan.....	138
Gambar 4.46 Hasil Konten yang Diunggah pada <i>Feed Instagram</i>	139
Gambar 4.47 Hasil Konten <i>Instagram Story</i> yang Dipublikasikan.....	140
Gambar 4.48 Rincian Konten yang Diiklankan pada Fitur Iklan <i>Meta Business Suite</i>	141
Gambar 4.49 Rincian <i>Insight</i> Hasil Konten yang Diiklankan pada <i>Meta Business Suite</i>	142
Gambar 4.50 Hasil Jangkauan Iklan Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	142
Gambar 4.51 Hasil Jangkauan Iklan Berdasarkan Penempatan.....	143
Gambar 4.52 Hasil Jangkauan Iklan Berdasarkan Lokasi	144

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen 1
- Lampiran 3. Kartu Bimbingan Dosen 2
- Lampiran 4. Hasil Cek Plagiarisme
- Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara 1
- Lampiran 6. Hasil Wawancara 1
- Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara 2
- Lampiran 8. Hasil Wawancara 2
- Lampiran 9. Dokumentasi Pembuatan Konten
- Lampiran 10. Dokumentasi Survei

