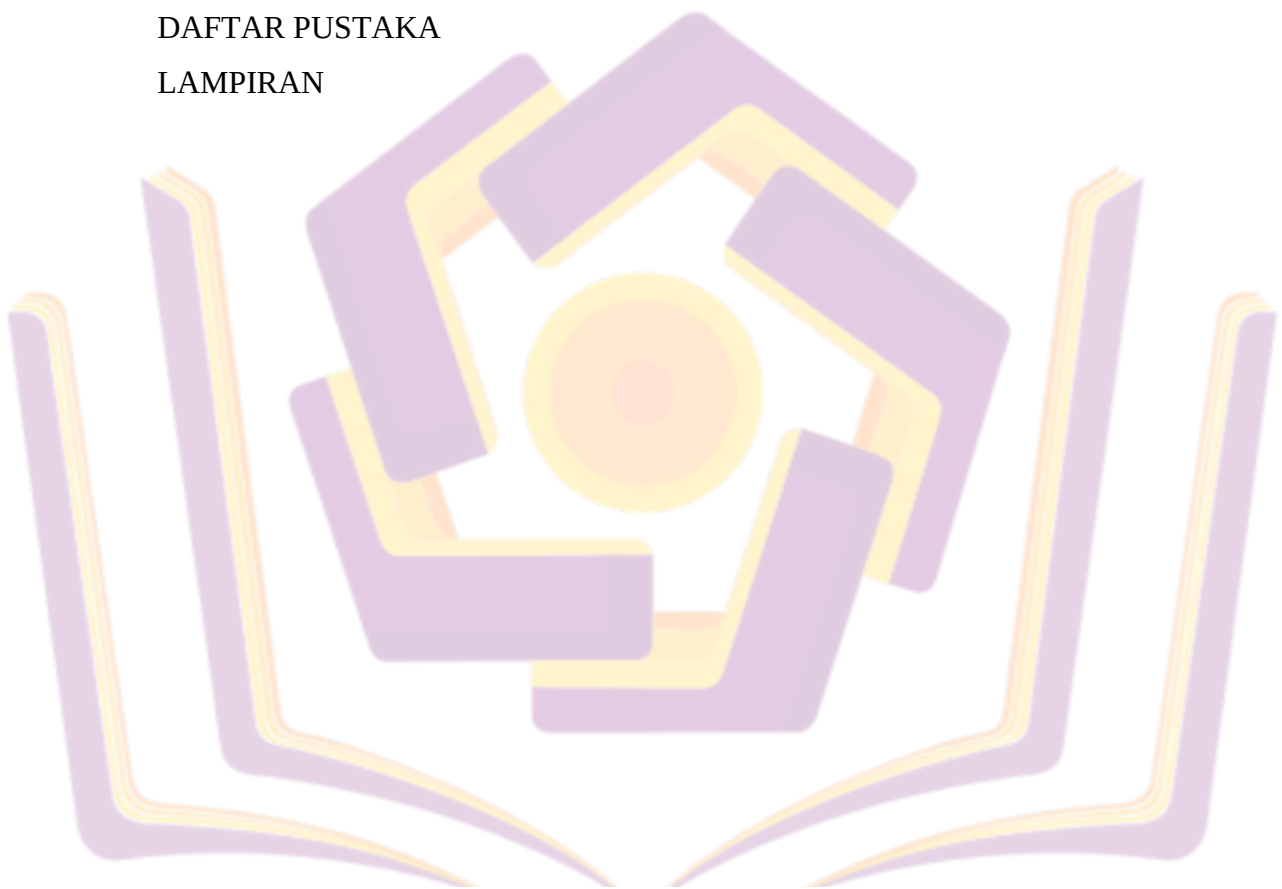


DAFTAR ISI

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.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Sebelumnya	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Tempat dan Waktu Penelitian	33
B. Metode Pengumpulan Data	33
C. Alat dan Bahan Penelitian	35
D. Konsep Penelitian.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42

A. Analisis Konten Awal Sebelum Penerapan AIDA.....	42
B. Perancangan Konten Berbasis AIDA	54
C. Implementasi Konten pada Instagram	91
D. Evaluasi Hasil Implementasi	114
E. Pembahasan	117
BAB V PENUTUP.....	123
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



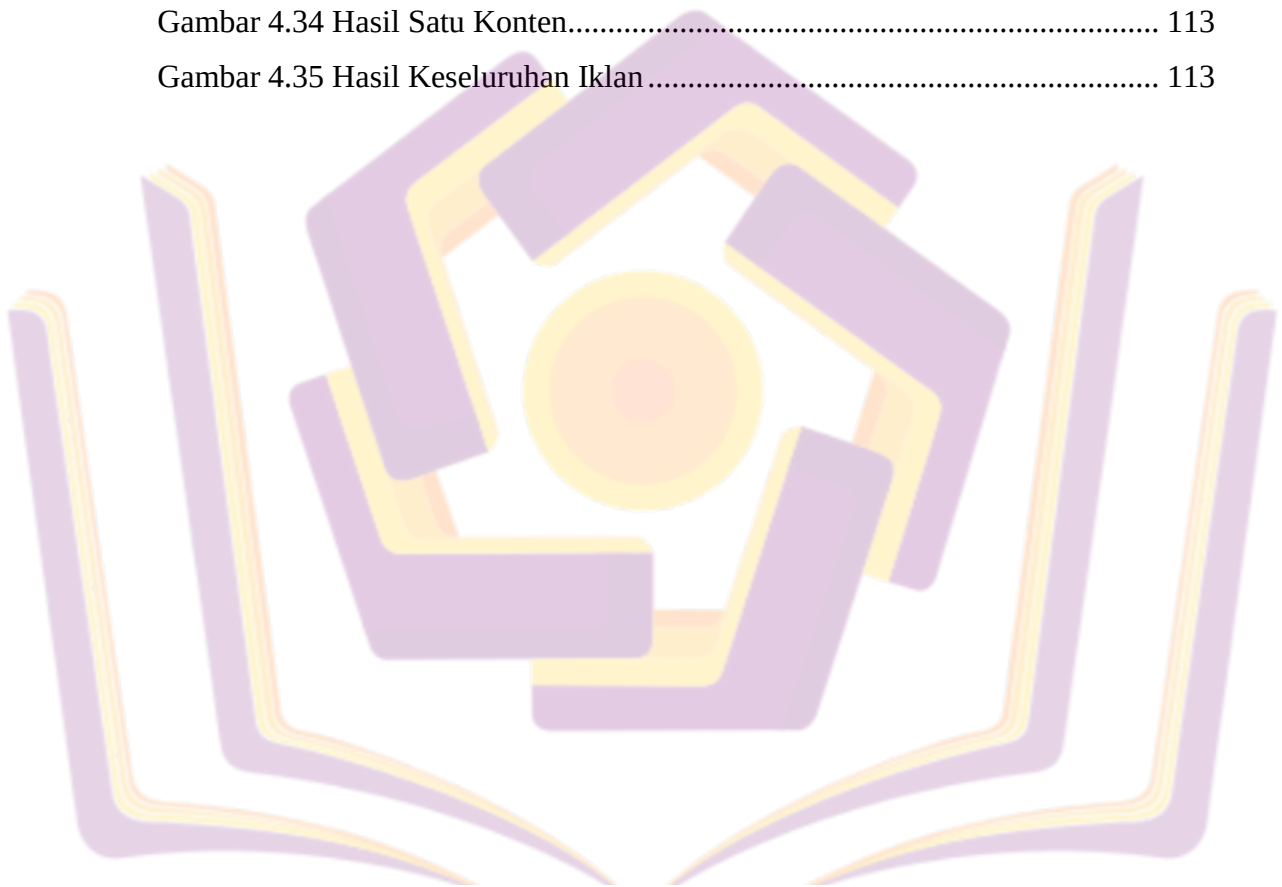
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1 Aset Visual Desain Tahap <i>Attention</i>	59
Tabel 4.2 Elemen Desain Tahap <i>Attention</i>	59
Tabel 4.3 Elemen Desain Tahap <i>Attention</i>	60
Tabel 4.4 Aset Visual Desain Tahap <i>Interest</i>	68
Tabel 4.5 Elemen Desain Tahap <i>Interest</i>	68
Tabel 4.6 Aset Visual Desain Tahap <i>Desire</i>	76
Tabel 4.7 Elemen Desain Tahap <i>Desire</i>	76
Tabel 4.8 Aset Visual Desain Tahap <i>Action</i>	84
Tabel 4.9 Elemen Desain Tahap <i>Action</i>	84
Tabel 4. 10 Tabel Strategi Konten	106
Tabel 4.11 Matriks Perbandingan Sebelum dan Sesudah Penerapan	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Brownies Twee.Crumbs.....	21
Gambar 2.2 Model AIDA	24
Gambar 3.1 Konsep Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Awal Pembuatan	43
Gambar 4.2 Tampilan Profil Akun Instagram Pada Kondisi Awal	45
Gambar 4.3 Tampilan <i>Feed</i> Akun Instagram pada Kondisi Awal.....	46
Gambar 4.4 Contoh Postingan Konten Awal.....	47
Gambar 4.5 Pesan Masuk Sebelum Penerapan AIDA	53
Gambar 4.6 Konten <i>Feed</i> Untuk Menarik Perhatian	58
Gambar 4.7 Proses Desain Tahap <i>Attention</i>	60
Gambar 4.8 Logo Twee.crumbs.....	62
Gambar 4.9 Logo Halal.....	62
Gambar 4.10 Konten <i>Feed</i> Untuk Menumbuhkan Ketertarikan	66
Gambar 4.11 Proses Desain Tahap <i>Interest</i>	69
Gambar 4.12 Konten <i>Feed</i> untuk Membangun Keinginan	75
Gambar 4.13 Proses Desain Tahap <i>Desire</i>	77
Gambar 4.14 Konten <i>Feed</i> untuk Mendorong Tindakan	83
Gambar 4.15 Proses Desain tahap <i>Action</i>	85
Gambar 4. 16 Tabel Kalender Konten	90
Gambar 4.17 Bio Akun Sebelum AIDA	91
Gambar 4.18 Bio Akun Setelah AIDA	92
Gambar 4.19 Tampilan <i>Feed</i>	95
Gambar 4.20 Tampilan Reels.....	96
Gambar 4.21 Postingan Sebelum Menerapkan <i>Caption</i> Menarik.....	98
Gambar 4.22 Postingan Sesudah Menerapkan <i>Caption</i> Menarik	99
Gambar 4.23 Postingan Sebelum Menerapkan Hastag Relevan.....	101
Gambar 4.24 Postingan Sesudah Menerapkan <i>Hastag</i> Relevan	102
Gambar 4.25 Postingan Sebelum Menerapkan CTA	104

Gambar 4.26 Postingan Sesudah Menerapkan CTA.....	105
Gambar 4.27 Tayangan Sebelum Penerapan Strategi	107
Gambar 4.28 Tayangan Sesudah Penerapan Strategi.....	107
Gambar 4.29 Menentukan Pilihan Iklan	109
Gambar 4.30 Menentukan Target Audiens	110
Gambar 4.31 Detail Target Audiens	110
Gambar 4.32 Anggaran dan Durasi Iklan	112
Gambar 4.33 Peninjauan Iklan.....	112
Gambar 4.34 Hasil Satu Konten.....	113
Gambar 4.35 Hasil Keseluruhan Iklan.....	113



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

Lampiran 3. Dokumentasi

