

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
RINGKASAN.....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
B. Batasan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II</b> <b>TINJUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Analisis.....	9
2. Rencana Pemasaran.....	9
3. Bauran Pemasaran.....	10
4. Pengertian Digital Marketing.....	12
5. Pemasaran Media Sosial.....	13
6. Model perencanaan SOSTAC® PR Smith.....	14
7. SEO.....	23

8. <i>Linkable Assets</i> .....	24
9. <i>Catering</i> .....	25
10. <i>Aqiqah</i> .....	26
B. Penelitian Sebelumnya .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Tempat Waktu dan Penelitian .....	34
B. Metode Pengumpulan Data .....	34
C. Alat dan Bahan Penelitian .....	36
D. Konsep Penelitian .....	37
1. <i>Situation Analysis</i> .....	38
2. <i>Objectives</i> .....	39
3. <i>Strategy</i> .....	41
4. <i>Tactic</i> .....	42
5. <i>Action</i> .....	43
6. <i>Control</i> .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. <i>Situation Analysis</i> .....	45
1. <i>Customer Insight</i> .....	45
2. <i>Competitor Analysis</i> .....	46
3. <i>Analysis SWOT</i> .....	47
4. Analisis Lingkungan Bisnis Internal .....	56
5. Matriks SWOT .....	59
6. Perhitungan IFAS dan EFAS .....	62
B. <i>Objectives</i> .....	65
C. <i>Strategy</i> .....	66
1. <i>Marketing Foundation</i> .....	67
2. <i>Content Strategy</i> .....	68
3. <i>Web Optimization</i> .....	68
4. <i>SEO</i> .....	68
5. <i>Sosial Media Marketing</i> .....	68
6. <i>Advertising (Iklan)</i> .....	69

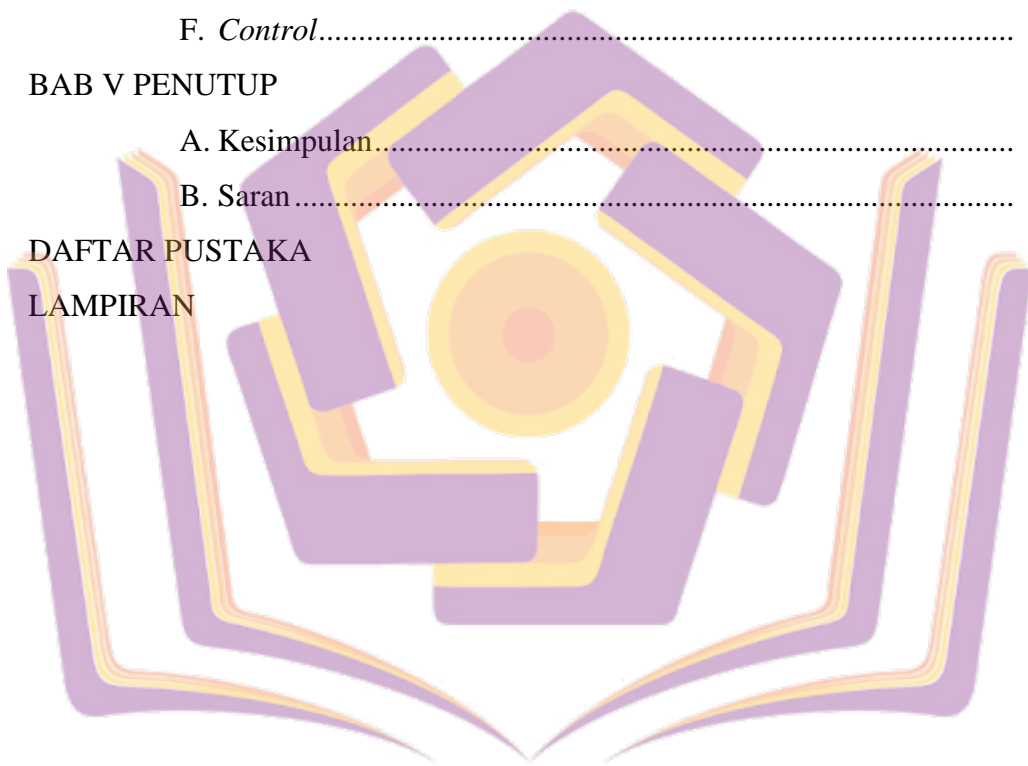
D. <i>Tactics</i> .....	74
E. <i>Action</i> .....	75
1. <i>Marketing Foundation</i> (Dasar Pemasaran).....	75
2. <i>Content Strategy</i> (Strategi Konten) .....	77
3. <i>Web Optimization</i> (Pengoptimalan Web) .....	84
4. <i>SEO (Search Enginge Optimization)</i> .....	88
5. <i>Social Media Marketing</i> (Pemesaran Media Sosial).....	92
6. <i>Facebook Ads</i> .....	94
F. <i>Control</i> .....	99

**BAB V PENUTUP**

A. <i>Kesimpulan</i> .....	109
B. <i>Saran</i> .....	109

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	32
Tabel 4.1 <i>Customer Insight</i> .....	46
Tabel 4.2 Competitor Analys.....	46
Tabel 4.3 Summary customer insight, competitor analysis.....	47
Tabel 4. 4 Perhitungan IFAS.....	56
Tabel 4.5 Perhitungan EFAS.....	58
Tabel 4.6 Matrik SWOT.....	60
Tabel 4.7 Skor Akhir IFAS dan EFAS.....	63
Tabel 4.8 5S Objective.....	66
Tabel 4.9 Strategy.....	70
Tabel 4.10 Positioning.....	70
Tabel 4.11 Tactic.....	74
Tabel 4.12 Summary Tactic.....	75
Tabel 4.13 Daftar strategi promosi.....	78
Tabel 4.14 KPI Objective.....	100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pencarian di Google Maps Aqiqah Kabupaten Banyumas...	2
Gambar 1.2 Hasil Pencarian di Google Maps Aqiqah Kabupaten Purbalingga	3
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran 7P .....	11
Gambar 2.2 Model Perencanaan PR Smith SOSTAC .....	15
Gambar 4.1 Titik Kuadran SWOT .....	64
Gambar 4.2 Strategi Pemasaran <i>Digital Komprehensif</i> .....	67
Gambar 4.3 <i>Linkable Asset</i> Kompasiana .....	77
Gambar 4.4 <i>Linkable Asset</i> Facebook <i>Fanspage</i> .....	77
Gambar 4.5 <i>Linkable Asset</i> Youtube.....	77
Gambar 4.6 <i>Linkable Asset</i> Blogger.....	78
Gambar 4.7 Halaman untuk menulis artikel promosi <i>soft selling</i> .....	79
Gambar 4.8 Halaman untuk menulis artikel promosi <i>soft selling</i> .....	80
Gambar 4.9 Halaman untuk menulis artikel promosi <i>soft selling</i> .....	81
Gambar 4.10 Proses Promosi <i>Hard Selling</i> di <i>Website</i> .....	82
Gambar 4.11 Proses Promosi <i>Hard Selling</i> di <i>Fanspage</i> .....	82
Gambar 4.12 Proses Promosi <i>Hard Selling</i> di Kompasiana .....	83
Gambar 4.13 Proses Promosi <i>Hard Selling</i> di Tumblr .....	83
Gambar 4.14 Promosi <i>Hard Selling</i> di Youtube .....	84
Gambar 4.15 Tampilan <i>Website</i> .....	85
Gambar 4.16 <i>Page Speed</i> Google <i>Seluler Mode</i> .....	86
Gambar 4.17 <i>Page Speed</i> Google <i>Dekstop Mode</i> .....	87
Gambar 4.18 Riset <i>Keyword</i> .....	88
Gambar 4.19 <i>Keyword Ideas</i> .....	89
Gambar 4.20 Akun Google <i>Bisnisku</i> .....	90
Gambar 4.21 <i>Website</i> .....	91
Gambar 4.22 Kampanye Promosi pada <i>Marketplace</i> Facebook.....	92
Gambar 4.23 Konten pada halaman fanspage.....	93
Gambar 4.24 Halaman Utama.....	94
Gambar 4.25 Halaman <i>Ads Manager</i> .....	95

Gambar 4.26 <i>Ads Manager</i> .....	96
Gambar 4.27 Halaman Buat Kampanye Baru.....	96
Gambar 4.28 Halaman Penempatan Pemirsa .....	97
Gambar 4.29 Anggaran dan Jadwal .....	98
Gambar 4.30 Hasil kampanye iklan di Facebook Ads.....	98
Gambar 4.31 Hasil Insight dalam 1 kuartal .....	101
Gambar 4.32 Hasil Insight dalam 1 bulan.....	101
Gambar 4.33 Hasil Insight dalam 1 minggu .....	102
Gambar 4.34 Hasil Insight dalam 1 kuartal .....	103
Gambar 4.35 Hasil Insight dalam 1 bulan.....	103
Gambar 4.36 Hasil Analisis Blogg.....	104
Gambar 4.37 Hasil Analisis Promosi pada Kompasiana .....	104
Gambar 4.38 Hasil Analisis Promosi pada Medium.....	105
Gambar 4.39 Hasil Analisis Gambaran umum .....	105
Gambar 4.40 Hasil Analisis Metrik Orang .....	106
Gambar 4.41 Hasil Analisis Demografi .....	107
Gambar 4.42 Hasil Analisis Pengelola Iklan .....	107
Gambar 4.43 Pengelola Iklan Kilasan Akun.....	108

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Keterangan Melakukan Penelitian

Lampiran 2. Dokumentasi

Lampiran 3. Wawancara

Lampiran 4. Kartu Bimbingan

