

DAFTAR ISI

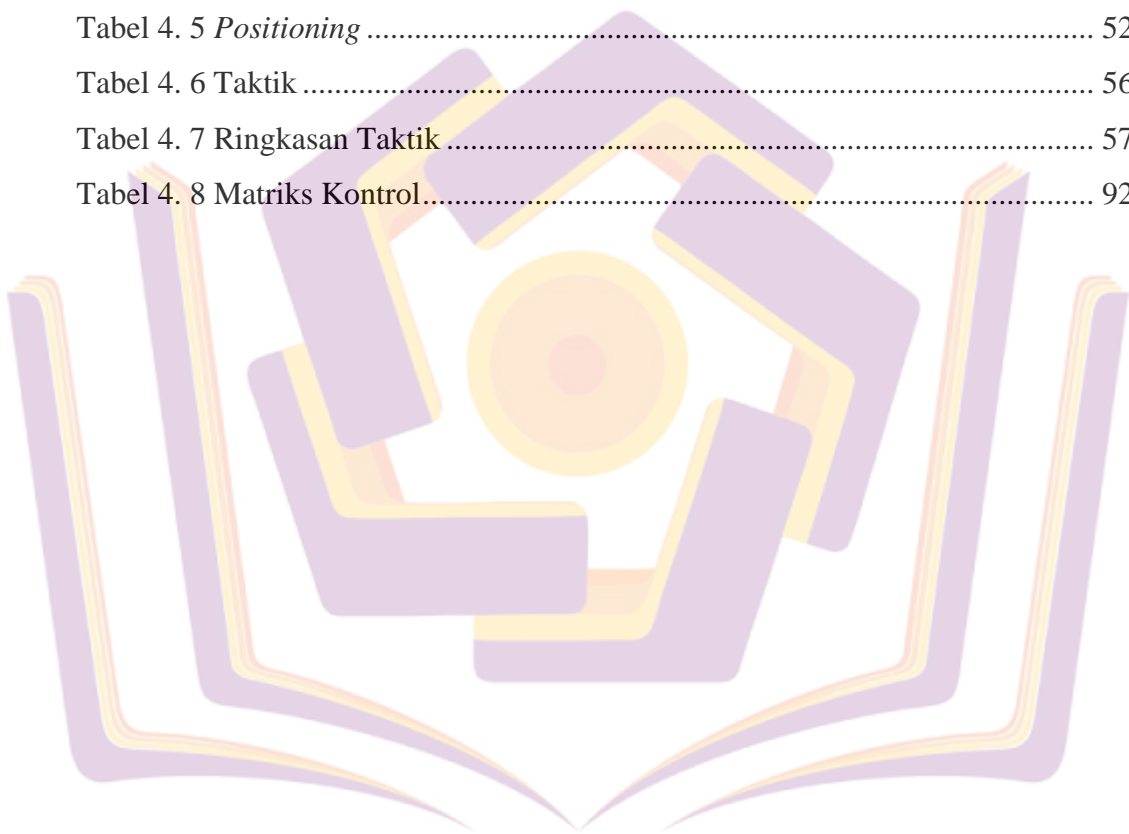
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN	
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	
A. Landasan Teori	8
1. Optimalisasi	8
2. Digital Marketing.....	8
3. Pemasaran	10
4. SOSTAC	11
5. Paguyuban.....	16
6. Pengrajin.....	16

B.	Penelitian Sebelumnya	17
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	24
B.	Metode Pengumpulan Data	24
C.	Alat dan Bahan	27
D.	Konsep Penelitian.....	29
1)	<i>Situation Analysis</i>	30
2)	<i>Objective</i>	30
3)	<i>Strategy</i>	31
4)	<i>Tactics</i>	31
5)	<i>Action</i>	31
6)	<i>Control</i>	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
A.	<i>Situation analysis</i>	33
1.	Analisis SWOT	33
B.	<i>Objective</i>	44
1.	<i>Sell</i>	45
2.	<i>Serve</i>	45
3.	<i>Speak</i>	45
4.	<i>Save</i>	46
5.	<i>Sizzle</i>	46
C.	<i>Strategy</i>	48
1)	<i>Marketing Foundation</i>	49
2)	<i>Content Strategy</i>	49
3)	<i>Web Optimization</i>	49
4)	<i>SEO (Search Engine Optimization)</i>	49
5)	<i>Social Media Marketing</i>	50
6)	<i>Advertising (iklan)</i>	50
D.	<i>Tactics</i>	56
E.	<i>Action</i>	58
1.	<i>Marketing Foundation (Dasar Pemasaran)</i>	58

2.	<i>Content strategy</i> (Strategi konten).....	59
3.	<i>Web Optimization</i> (Pengoptimalan Web)	64
4.	<i>SEO (Search Engine Optimization)</i>	72
5.	<i>Social Media Marketing</i> (Pemasaran Media Sosial).....	76
6.	<i>Facebook Ads</i>	78
F.	<i>Control</i>	84
1.	Google Bisnisku.....	85
2.	Facebook Fanspage.....	89
3.	Analisis Artikel.....	90
4.	Matriks Control.....	91
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan.....	93
B.	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Perbandingan dan Persamaan Penelitian Sebelumnya	21
Tabel 4. 1 Faktor Kekuatan dan Faktor Kelemahan	42
Tabel 4. 2 Faktor Peluang dan Ancaman	43
Tabel 4. 3 <i>5S Objective</i>	44
Tabel 4. 4 <i>Segmentation Strategy</i> (strategi segmentasi)	51
Tabel 4. 5 <i>Positioning</i>	52
Tabel 4. 6 Taktik	56
Tabel 4. 7 Ringkasan Taktik	57
Tabel 4. 8 Matriks Kontrol.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan <i>Platform</i> Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Hasil Pencarian Sandal Bandol Purwokerto di Google.....	4
Gambar 2. 1 Model Perencanaan SOSTAC (Smith, 2017)	11
Gambar 3. 1 Plan Metode SOSTAC (Chaffey & Smith, 2017).....	29
Gambar 4. 1 <i>Google Suggest</i> dengan keyword Sandal Bandol.....	47
Gambar 4. 2 Strategi pemasaran digital komprehensif	48
Gambar 4. 3 Media Kompasiana.....	59
Gambar 4. 4 Proses Promosi <i>Soft Selling</i>	60
Gambar 4. 5 <i>Linkable Assets Facebook Fanspage</i>	61
Gambar 4. 6 <i>Linkable Assets</i> Kompasiana.....	61
Gambar 4. 7 <i>Linkable Assets Tumblr</i>	61
Gambar 4. 8 <i>Linkable Assets Twitter</i>	62
Gambar 4. 9 <i>Linkable Assets Instagram</i>	62
Gambar 4. 10 <i>Linkable Assets Blogger</i>	62
Gambar 4. 11 <i>Linkable Assets Medium</i>	63
Gambar 4. 12 <i>Linkable Assets Youtube</i>	63
Gambar 4. 13 <i>Heading Website</i>	64
Gambar 4. 14 Info Terbaru.....	65
Gambar 4. 15 Layanan dan Testimoni	66
Gambar 4. 16 Kontak	66
Gambar 4. 17 <i>Page Speed Google Dekstop Mode</i>	67
Gambar 4. 18 <i>Page Speed Google Seluler Mode</i>	68
Gambar 4. 19 Overview Page	69
Gambar 4. 20 Heading dan Content Analysis	70
Gambar 4. 21 <i>Hyperlinks</i> halaman.....	71
Gambar 4. 22 Riset Keyword.....	72
Gambar 4. 23 Keyword Ideas.....	73
Gambar 4. 24 Halaman info google bisnisku.....	74

Gambar 4. 25 <i>Website</i>	75
Gambar 4. 26 Kampanye Promosi <i>marketplace</i> Facebook.....	76
Gambar 4. 27 Konten halaman facebook <i>fanspage</i>	77
Gambar 4. 28 fanspage Paguyuban Pengrajin Alas Kaki SIMBA.....	78
Gambar 4. 29 Pusat Iklan.....	78
Gambar 4. 30 Semua Iklan.....	79
Gambar 4. 31 Iklan Baru.....	79
Gambar 4. 32 Materi Iklan	80
Gambar 4. 33 Penargetan lokasi.....	81
Gambar 4. 34 Edit pemirsa sesuai dengan target	81
Gambar 4. 35 Menetapkan Anggaran Harian Iklan	82
Gambar 4. 36 Konfirmasi dan Review iklan yang akan ditayangkan.....	83
Gambar 4. 37 Hasil iklan di Facebook Ads	84
Gambar 4. 38 Hasil insight penelusuran dalam 1 kuartal	85
Gambar 4. 39 Hasil insight listingan dalam 1 kuartal	85
Gambar 4. 40 Hasil insight penelusuran dalam 1 bulan.....	86
Gambar 4. 41 Hasil insight listingan dalam 1 bulan	87
Gambar 4. 42 Hasil insight penelusuran dalam 1 minggu	88
Gambar 4. 43 Hasil insight listingan dalam 1 minggu.....	88
Gambar 4. 44 Hasil insight facebook fanspage dalam 28 hari terakhir	89
Gambar 4. 45 Hasil analisis promosi di Kompasiana	90
Gambar 4. 46 Hasil Promosi di Medium	91
Gambar 4. 47 Hasil analisis promosi di Blogger	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 2. Dokumentasi

Lampiran 3. Wawancara

Lampiran 4. Kartu Bimbingan

