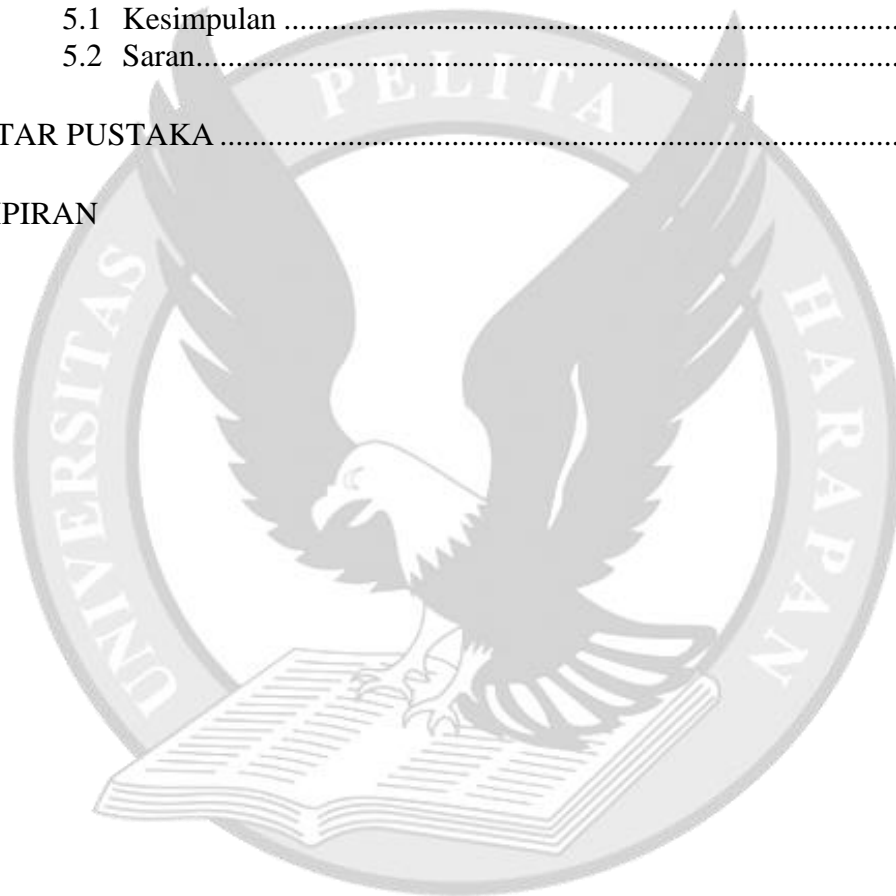


DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Permasalahan	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Pembatasan Masalah	2
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Pemasaran	4
2.2 Digital Marketing.....	4
2.3 <i>Content Marketing</i>	5
2.4 Media Sosial.....	6
2.5 <i>Marketplace</i>	7
2.6 Penelitian Terdahulu	8
BAB III METODE PENELITIAN	11
3.1 Penelitian Pendahuluan	11
3.2 Perumusan Masalah	11
3.3 Tujuan Penelitian	11
3.4 Studi Literatur	11
3.5 Pengumpulan, Pengolahan dan Analisis Data.....	12
3.6 Kesimpulan dan Saran	12
3.7 Bagan Metode Penelitian	12
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	14
4.1 Profil Perusahaan Craft Studio.....	14
4.2 Struktur Organisasi Craft Studio.....	14
4.3 Implementasi <i>Content Marketing</i> pada Craft Studio	15
4.3.1 <i>Goal Setting</i>	16
4.3.2 <i>Audience Mapping</i>	16
4.3.3 <i>Content Ideation and Planning</i>	17

4.3.4	<i>Content Creation</i>	17
4.3.5	<i>Content Distribution</i>	24
4.3.5.1	Distribusi Konten Media Sosial Instagram	24
4.3.5.2	Distribusi Konten <i>Marketplace</i> Tokopedia.....	25
4.3.6	<i>Content Amplification</i>	25
4.3.6.1	<i>Content Amplification</i> Media Sosial Instagram	25
4.3.6.2	<i>Content Amplification Marketplace</i> Tokopedia.....	31
4.3.7	<i>Content Marketing Evaluation</i>	32
4.3.8	<i>Content Marketing Improvement</i>	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		41
5.1	Kesimpulan	41
5.2	Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA		42
LAMPIRAN		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Bagan Metode Penelitian	13
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Craft Studio.....	xi
Gambar 4.2 Unggahan Tema 1	19
Gambar 4.3 Unggahan Tema 2	19
Gambar 4.4 Unggahan Tema 3	20
Gambar 4.5 Tampilan Etalase Sebelum Implementasi	21
Gambar 4.6 Tampilan Etalase Sesudah Implementasi.....	22
Gambar 4.7 Tampilan Varian Produk Sesudah Impelementasi	23
Gambar 4.8 Langkah <i>Select Goal</i>	26
Gambar 4.9 Menambahkan Tautan.....	27
Gambar 4.10 Menentukan Target Pasar 1.....	28
Gambar 4.11 Menentukan Target Pasar 2.....	29
Gambar 4.12 Menentukan Budget dan Durasi.....	30
Gambar 4.13 Pengecekan Iklan Keseluruhan	31
Gambar 4.14 Pengaturan Iklan Tokopedia	32
Gambar 4.15 <i>Account Reach</i> Sebelum Implementasi.....	33
Gambar 4.16 <i>Account Reach</i> Sesudah Implementasi.....	34
Gambar 4.17 Grafik Peningkatan <i>Account Reach</i>	34
Gambar 4.18 Data <i>Website Taps</i> Instagram Ads.....	35
Gambar 4.19 Grafik Jumlah Transaksi Sesudah dan Sebelum	38
Gambar 4.20 Grafik Jumlah Produk Terjual Sebelum dan Sesudah.....	39
Gambar 4.21 Teknik Pengambilan Gambar.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jadwal Pembuatan Konten	18
Tabel 4.2 Jadwal Pengunggahan Konten Pada Instagram	24
Tabel 4.3 Data Penjualan Sebelum Implementasi	36
Tabel 4.4 Data Total Transaksi dan Produk Terjual Sebelum Implementasi	36
Tabel 4.5 Data Penjualan Sesudah Implementasi	37
Tabel 4.6 Data Total Transaksi dan Produk Terjual Sesudah Implementasi	38



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Data Penjualan Sebelum Implementasi 1 A-1

LAMPIRAN B

Data Penjualan Sesudah Implementasi 1 B-1

