

## DAFTAR ISI

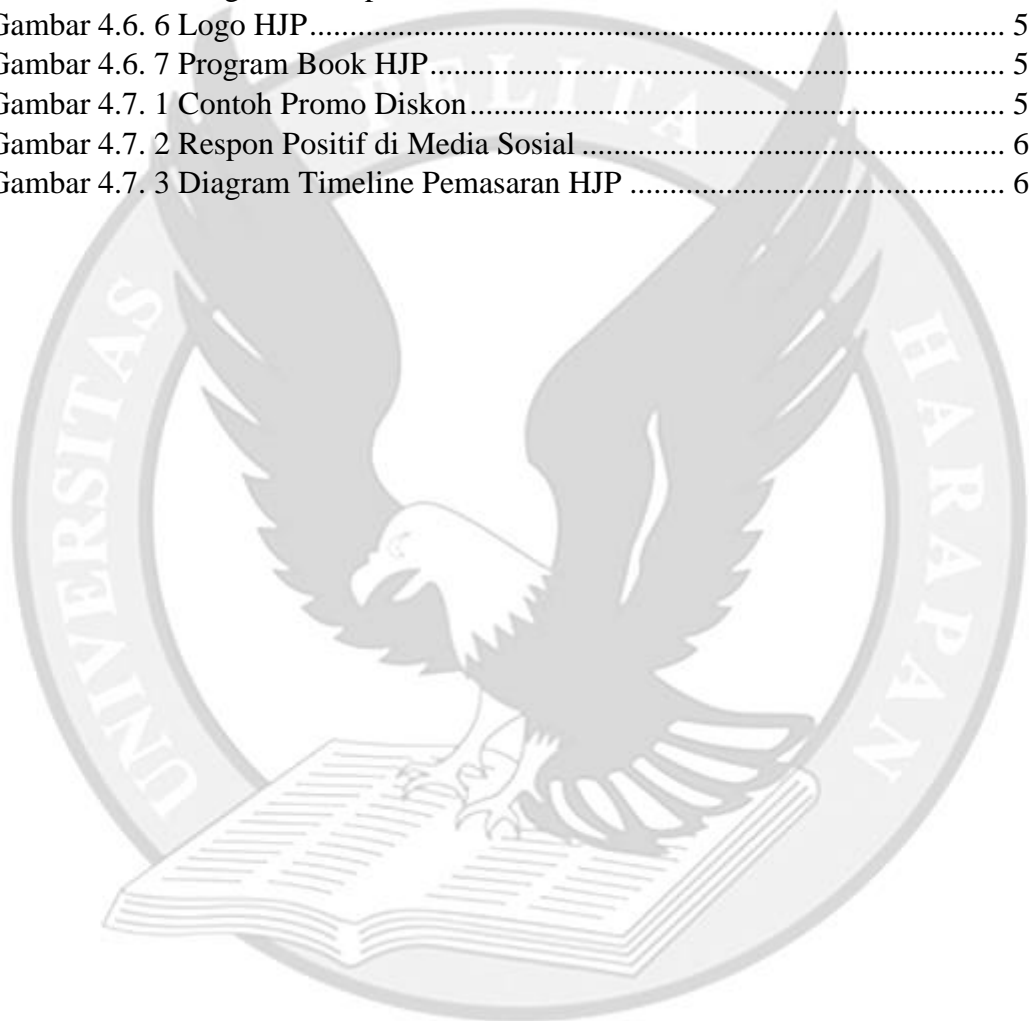
halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Ruang Lingkup dan Batasan .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Seni Pertunjukan.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Organisasi Pendidikan Seni Pertunjukan Anak-Anak.....</b>	<b>8</b>
<b>2.3 Edutainment .....</b>	<b>9</b>
<b>2.4 Strategi Pemasaran .....</b>	<b>11</b>
<b>2.5 Teknologi.....</b>	<b>12</b>
<b>2.6 Pemasaran Digital .....</b>	<b>13</b>
<b>2.7 Analisis SWOT .....</b>	<b>14</b>
<b>2.8 Analisis STP .....</b>	<b>16</b>
2.8.1 Pengertian <i>Segmentation</i> .....	16
2.8.2 Pengertian <i>Targeting</i> .....	17
2.8.3 Pengertian <i>Positioning</i> .....	18

2.9 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	18
2.10 Nilai Tambah ( <i>Value Proposition</i> ) .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	26
3.2 Prosedur Penelitian.....	26
3.2.1 Observasi Partisipasi Aktif.....	27
3.2.2 Tahapan Wawancara .....	27
3.2.3 Tahapan Dokumentasi.....	35
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	35
3.4 Keabsahan Data .....	36
3.5 Analisis Data .....	37
3.5.1 Reduksi Data .....	37
3.5.2 Penyajian Data .....	38
3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>39</b>
4.1 Profil Hi Jakarta Production .....	39
4.2 Segmentasi Pasar Hi Jakarta Production .....	40
4.3 Target Pasar Hi Jakarta Production.....	41
4.4 Posisi Pasar Hi Jakarta Production .....	41
4.5 Analisis Lingkungan Bisnis SWOT .....	43
4.6 Matrix SWOT.....	46
4.7 Bauran Pemasaran Hi Jakarta Production.....	48
4.8 Strategi Pemasaran Digital Hi Jakarta Production.....	59
4.9 Value Proposition Hi Jakarta Production .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.4. 1 Analisis Positioning HJP .....	43
Gambar 4.6. 1 Entertainment yang Ditawarkan HJP .....	51
Gambar 4.6. 2 Education yang Ditawarkan HJP .....	51
Gambar 4.6. 3 Contact Person pada Caption Instagram .....	52
Gambar 4.6. 4 Contoh Kolaborasi dengan Influencer.....	52
Gambar 4.6. 5 Diagram Alur proses HJP.....	57
Gambar 4.6. 6 Logo HJP.....	58
Gambar 4.6. 7 Program Book HJP.....	59
Gambar 4.7. 1 Contoh Promo Diskon.....	59
Gambar 4.7. 2 Respon Positif di Media Sosial .....	60
Gambar 4.7. 3 Diagram Timeline Pemasaran HJP .....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Pertanyaan.....	35
Tabel 3. 2	Subjek Penelitian .....	36
Tabel 4.4. 1	Analisis Kompetitor dengan kuadran tabel.....	42
Tabel 4.5. 1	Analisis SWOT Hi Jakarta Production .....	45
Tabel 4.6. 1	Tabel Matrix SWOT .....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN A</b> Transkrip Wawancara 1 .....	<b>A-1</b>
<b>LAMPIRAN B</b> Pengkodean Transkrip Wawancara 1 .....	<b>B-1</b>
<b>LAMPIRAN C</b> Transkrip Wawancara 2 .....	<b>C-1</b>
<b>LAMPIRAN D</b> Pengkodean Transkrip Wawancara 2 .....	<b>D-1</b>

