

DAFTAR ISI

halaman	
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Bisnis Konvensional	6
2.2 Pemasaran	6
2.3 <i>Digital Marketing</i>	7
2.4 <i>Search Engine Optimization</i>	10
2.5 <i>Social Media Marketing</i>	11
2.6 <i>Zero Moment of Truth</i>	14
2.7 Perilaku Konsumen	16

2.8	<i>Brand Awareness</i>	16
2.9	Penelitian Terdahulu.....	18
2.10	Profil Perusahaan	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1	Pendekatan Penelitian	22
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3	Kerangka Pikir	24
3.4	Tahapan Penelitian	26
3.5	Metode Penyelesaian	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Analisis Target Pasar Nusantara Plastik.....	32
4.2	Optimasi SEO <i>Website</i> Nusantara Plastik.....	36
4.3	Implementasi dan Hasil SEO	46
4.3.1	Implementasi SEO <i>On Page</i>	47
4.3.2	Implementasi SEO <i>Off Page</i>	50
4.3.3	Skor SEO.....	52
4.3.4	Peringkat pada Mesin Pencarian	53
4.3.5	Performance SEO	55
4.3.6	Rincian Pengunjung	58
4.3.7	Aktivitas Pengunjung	61
4.4	Implementasi dan Hasil Media Sosial.....	64
4.4.1	Analisis Awal Media Sosial.....	64
4.4.2	Implementasi Strategi Media Sosial.....	65
4.5	Perencanaan dan Pelaksanaan Kampanye.....	81
4.6	Implementasi SEO dan Strategi Media Sosial terhadap tahapan ZMOT	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 3. 1 Kerangka Pikir Penelitian	25
Gambar 3. 2 Flowchart Tahapan Penelitian	27
Gambar 4. 1 Analisis STP Toko Nusantara Plastik	33
Gambar 4. 2 Bukti Riset USP Toko Nusantara Plastik	35
Gambar 4. 3 Buyer Persona Pertama Toko Nusantara Plastik	35
Gambar 4. 4 Rincian Hosting Website nusantaraplastik.com	36
Gambar 4. 5 Tampilan Home Website nusantaraplastik.com	37
Gambar 4. 6 Tampilan Halaman Produk Website nusantaraplastik.com	38
Gambar 4. 7 Analisis Kata Kunci dengan Ubersuggest	39
Gambar 4. 8 Analisis Kompetitor Melalui Kata Kunci dengan SEOquake	42
Gambar 4. 9 Analisis Setelah Optimasi SEO pada Google Analytics	47
Gambar 4. 10 Page Speed Website nusantaraplastik.com Setelah Optimasi SEO	50
Gambar 4. 11 Prospek Domain dari SEMRush	51
Gambar 4. 12 Data SEO Off Page website nusantaraplastik.com Tahap Kedua ..	52
Gambar 4. 13 Analisis Peringkat Website nusantaraplastik.com	54
Gambar 4. 14 Analisis Peringkat Website Nusantara Plastik Tahap Kedua	55
Gambar 4. 15 Performance Website nusantaraplastik.com sebelum kampanye ...	57
Gambar 4. 16 Performance website nusantaraplastik.com tahap kedua	58
Gambar 4. 17 Analisis Traffic Pengunjung Website nusantaraplastik.com	60
Gambar 4. 18 Traffic Pengunjung Website nusantaraplastik.com Tahap Kedua ..	61
Gambar 4. 19 Banyak Clicks pada Tombol di Website nusantaraplastik.com	62
Gambar 4. 20 Contoh Pesan Whatsapp Jalur Website nusantaraplastik.com	63
Gambar 4. 21 Profil Instagram Nusantara Plastik	66
Gambar 4. 22 Hasil Konten Implementasi Pemasaran Media Sosial	68
Gambar 4. 23 Analisis Peningkatan Followers @nusantaraplastik_medan	69
Gambar 4. 24 Analisis Hasil Reach Instagram Nusantara Plastik	70
Gambar 4. 25 Analisis Profile Activity Instagram Nusantara Plastik	71
Gambar 4. 26 Analisis Engagement Instagram Nusantara Plastik	72
Gambar 4. 27 Analisis Interaksi Pada Konten Nusantara Plastik	73
Gambar 4. 28 Hasil Konten Implementasi Periode Kampanye	76
Gambar 4. 29 Analisis Hasil Reach Instagram Nusantara Plastik Tahap Kedua ..	77
Gambar 4. 30 Analisis Profile Activity Instagram Nusantara Plastik Tahap kedua	78
Gambar 4. 31 Analisis Engagement Instagram Nusantara Plastik Tahap Kedua ..	78
Gambar 4. 32 Analisis Interaksi Pada Konten Nusantara Plastik Tahap Kedua ...	79
Gambar 4. 33 Analisis Interaksi Reels Tahap Kedua	80
Gambar 4. 34 Penjelasan Kampanye #KantongKeren	82
Gambar 4. 35 Trafik Pencarian Organik Periode Kampanye	84
Gambar 4. 36 Visibilitas website setelah kampanye	85
Gambar 4. 37 Peningkatan dan Dampak Kata Kunci Kampanye	85
Gambar 4. 38 Survei Pelanggan Nusantara Plastik	86

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2. 1 Deskripsi Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4. 1 Analisis SEO On Page Sebelum Implementasi SEO	40
Tabel 4. 2 Analisis SEO Off Page Sebelum Implementasi	41
Tabel 4. 3 Perencanaan Optimasi SEO On Page.....	45
Tabel 4. 4 Hasil Optimasi SEO On Page	48
Tabel 4. 5 Perbandingan Skor SEO Sebelum dan Setelah Optimasi SEO.....	52
Tabel 4. 6 Perbandingan Performance SEO Sebelum dan Setelah Optimasi SEO.....	56
Tabel 4. 7 Analisis Perbandingan Pengunjung Website nusantaraplastik.com	59
Tabel 4. 8 Strategi Content Pillar Media Sosial Nusantara Plastik	67
Tabel 4. 9 Analisis Profile Activity Instagram Nusantara Plastik	71
Tabel 4. 10 Hasil Engagement Rate Sebelum Implementasi Pemasaran Media Sosial.....	74
Tabel 4. 11 Hasil Engagement Rate Setelah Implementasi Pemasaran Media Sosial.....	75
Tabel 4. 12 Hasil Engagement Rate Tahap Kedua.....	80
Tabel 4. 13 Metriks Pelaksanaan Kampanye	83

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A: Tampilan Halaman <i>Website</i> Nusantaraplastik.Com.....	A-1
Lampiran B: Analisis Awal SEO <i>Website</i>	B-1
Lampiran C: Analisis Hasil Implementasi SEO Dan Bukti Hasil Penelitian.....	C-1
Lampiran D: Hasil Implementasi Pemasaran Media Sosial.....	D-1

