

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Tugas Akhir	5
I.4 Manfaat Tugas Akhir	5
I.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
II.1 Manajemen Pemasaran	7
II.2 Komunikasi Pemasaran.....	7
II.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	7
II.3 Media Sosial.....	8
II.3.1 Instagram.....	9
II.4 <i>Benchmarking</i>	9
II.5 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	10
II.6 Identifikasi Kriteria dan Sub Kriteria Media Sosial Instagram	12
II.7 Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan	14

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	16
III.1 Sistematika Perancangan	16
III.1.1 Tahap Pendahuluan	18
III.1.1.1 Studi Lapangan	18
III.1.1.2 Studi Literatur	18
III.1.1.3 Identifikasi Kriteria dan Sub Kriteria Media Sosial Instagram	18
III.1.1.4 Identifikasi <i>Partner Benchmark</i>	18
III.1.2 Tahap pengumpulan & pengolahan data.....	18
III.1.2.1 Perancangan Kuesioner AHP.....	18
III.1.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner AHP.....	19
III.1.2.3 Pengolahan Data	20
III.1.2.4 Uji Konsistensi.....	20
III.1.2.5 Penentuan Tingkat Prioritas	20
III.1.2.6 Penentuan <i>Partner Benchmark</i>	21
III.1.2.7 Identifikasi <i>Gap</i>	21
III.1.2.8 Analisis <i>Gap</i>	21
III.1.2.9 <i>Future Performance</i>	21
III.1.3 Tahap Verifikasi Rancangan.....	21
III.1.4 Tahap Validasi dan Evaluasi Rancangan	21
III.1.5 Kesimpulan dan Saran	21
III.2 Identifikasi Sistem Terintegrasi.....	21
III.3 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	22
III.4 Rencana Waktu Penyelesaian Tugas Akhir.....	22
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	24
IV.1 Deskripsi Data	24
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	24
IV.3 Proses Perancangan	26

IV.3.1 Perancangan Struktur <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	26
IV.4 Pengolahan Kuesioner.....	27
IV.4.1 Matriks Perbandingan Kriteria Media Sosial Instagram	27
IV.4.1.2 Matriks Normalisasi Kriteria Media Sosial Instagram	27
IV.4.1.3 <i>Priority Vector</i> Kriteria Media Sosial Instagram.....	28
IV.4.1.4 Uji Konsistensi Kriteria Media Sosial Instagram	28
IV.4.2 Hasil Tingkat Kepentingan Sub Kriteria Media Sosial Instagram	29
IV.4.2.1 Uji Konsistensi Sub Kriteria Media Sosial Instagram	31
IV.4.3.1 Uji Konsistensi Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	32
IV.4.4 Penentuan <i>Partner Benchmark</i>	35
IV.4.5 Peringkat Kriteria dan Sub Kriteria dengan <i>Partner Benchmark</i>	38
IV.5 Identifikasi <i>Gap</i>	38
IV.5.1 Identifikasi <i>Gap</i> Kriteria <i>Feeds</i>	38
IV.5.2 Identifikasi <i>Gap</i> Kriteria <i>Reels</i>	39
IV.5.3 Identifikasi <i>Gap</i> Kriteria <i>Profile</i>	40
IV.5.4 Identifikasi <i>Gap</i> Kriteria <i>Stories</i>	40
IV.5.5 Identifikasi <i>Gap</i> Kriteria <i>Caption</i>	41
IV.6 Analisis <i>Gap</i>	41
IV.6.1 Analisis <i>Gap</i> Kriteria <i>Feeds</i>	41
IV.6.2 Analisis <i>Gap</i> Kriteria <i>Reels</i>	43
IV.6.3 Analisis <i>Gap</i> Kriteria <i>Profile</i>	44
IV.6.4 Analisis <i>Gap</i> Kriteria <i>Stories</i>	45
IV.6.7 Analisis <i>Gap</i> Kriteria <i>Caption</i>	47
IV.7 <i>Future Performance</i>	48
IV.8 Perancangan Sistem Terintegrasi	49
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI IMPLEMENTASI HASIL RANCANGAN	51
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan	51

V.2 Validasi Implementasi Hasil Rancangan	55
V.3 Evaluasi Implementasi Rancangan	59
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	61
VI.1 Kesimpulan.....	61
VI.2 Saran.....	62
VI.2.1 Saran untuk Thrifftymoon.....	62
VI.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	62
DAFTAR PUSTAKA	63