

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Batasan Masalah	2
1.5 Definisi Operasional.....	2
1.6 Rencana Pengerjaan	2
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Technopreneurship	4
2.1.1 Pengertian Technopreneurship.....	4
2.1.2 Pengertian Perencanaan Marketing	4
2.1.3 Pengertian Fotografi	4
2.1.4 Pengertian Videografi.....	4
2.1.5 Pengertian Marketing.....	5
2.2 CMO (<i>Chief Marketting Officer</i>)	5
2.2.1 Pengertian CMO (<i>Chief Marketting Officer</i>)	5
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN	6
3.1 Gambaran Kreema Project	6
3.1.1 Visi dan Misi	6
3.1.2 Struktur Perusahaan	7
3.1.3 Aset Kreema Project.....	7
3.1.4 Operating Expenditure	7

3.2 Tugas dari Masing-masing Bagian	8
3.3 Analisis	8
3.3.1 Analisis Pemasaran Online	9
3.4 Perancangan	9
3.4.1 Tujuan Pemasaran	9
3.4.2 Segmentasi Pasar	10
3.4.3 Strategi Pengembangan Brand	10
3.5 Kebutuhan Perangkat Keras dan Perangkat Lunak	10
3.6 Flowchart	10
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN	12
4.1 Implementasi	12
4.1.1 Pengembangan Konten	12
4.1.2 Peluncuran Promosi Konten	12
4.2 Pengujian	15
4.2.1 Pengukuran Kinerja Promosi	15
4.2.2 Evaluasi Hasil	17
4.3 Hasil Implementasi dan Ujian	17
4.3.1 Hasil Pengukuran di Instagram	17
4.3.2 Hasil Pengukuran di Tiktok	18
4.3.3 Analisis dan Refleksi	19
4.3.4 Rekomendasi	20
BAB 5 KESIMPULAN	21
5.1 Kesimpulan	21
5.2 Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	23