

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	2
<i>ABSTRACT</i> .....	3
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
Tugas Akhir dengan judul : .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR ISTILAH .....	1
DAFTAR SINGKATAN .....	2
BAB I PENDAHULUAN .....	3
I.1 Latar Belakang .....	3
I.2 Rumusan Masalah .....	8
I.3 Tujuan Penelitian.....	9
I.4 Manfaat Penelitian .....	9
I.4.1 Aspek Teoritis .....	9
I.4.2 Aspek Praktis .....	10
I.5 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	12
II.1 Landasan Teori.....	12
II.1.1 Pemasaran Digital .....	12
II.1.2 Strategi Pemasaran Sosial Media .....	12
II.1.3 Media Sosial.....	14
II.1.5 Instagram.....	17
II.1.6 <i>Quality Function Deployment</i> .....	18
II.1.7 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i> Iterasi Satu .....	19
II.2 Pemilihan Teori / Model / Kerangka Standar Perancangan .....	22
II.2.1 Metode Perbaikan Kualitas Konten Pemasaran.....	22
II.2.2 Metode Pembandingan .....	24
BAB III Metodologi Penyelesaian Masalah .....	27

III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah .....	27
III.1.1 Mekanisme Pengumpulan Data .....	27
III.1.2 Tahapan Perancangan.....	29
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....	38
IV. 1 Pengumpulan Data.....	38
IV. 2 Pengolahan Data .....	39
IV. 2.1 Pengumpulan Data <i>Voice of Customer</i> .....	39
IV. 2.2 QFD Iterasi Satu.....	40
IV. 2.2.1 Penentuan Matriks Perencanaan .....	40
IV.2.2.2 Penentuan Karakteristik Teknis.....	46
IV.2.2.3 Penentuan Matriks Hubungan .....	50
IV. 2.3.4 Penentuan Korelasi Karakteristik Teknis .....	51
IV.2.2.5 Penentuan Matriks Teknis .....	52
IV.2.2.6 Penentuan Probabilitas Karakteristik Teknis .....	53
IV.2.2.7 Penentuan Satuan Karakteristik Teknis.....	54
IV.2.2.8 <i>Competitive Benchmarking</i> .....	55
IV.2.2.9 Penentuan Column Weight, Column Weight Percentage, dan Ranking Karakteristik Teknis .....	58
IV.2.3 Concept Development.....	60
IV.2.3.1 Concept Generation.....	60
IV.2.3.2 Pemilihan Konsep .....	63
IV.2.3.3 Decision Matrices .....	63
IV.2.4 QFD Iterasi Dua ( <i>Part Deployment</i> ).....	64
IV.2.4.1 Penentuan Matriks Perencanaan .....	64
IV.2.4.2 Penentuan <i>Critical Part</i> dan <i>Direction of Goodness</i> .....	64
IV.2.4.3 Penentuan Matriks Hubungan dengan <i>Critical Part</i> .....	67
IV.2.4.4 Penentuan Target <i>Critical Part</i> .....	68
IV.2.4.5 <i>Competitive Benchmarking</i> .....	70
IV.2.4.6 Penentuan Probabilitas, <i>Column Weight</i> , dan <i>Ranking Critical Part</i> .....	71
IV.3 Perancangan Terintegrasi .....	73
BAB V ANALISIS.....	76
V.1 Verifikasi dan Validasi.....	76
V.1.1 Verifikasi .....	76
V.1.2 Validasi .....	76

V.2 Analisis Hasil .....	77
V.2.1 Analisis pengolahan Data QFD Iterasi Satu ( <i>House Of Quality</i> ).....	77
V.2.1.1 Analisis <i>Customer Requirements</i> .....	77
V.2.1.2 Analisis <i>Planning Matrix</i> .....	79
V.2.1.3 Analisis Karakteristik Teknis dan <i>Direction of Goodness</i> .....	81
V.2.1.4 Analisis <i>Relationship Matrix</i> QFD Iterasi Satu.....	84
V.2.1.5 Analisis Penentuan Hubungan antara Karakteristik Teknis .....	84
V.2.1.6 Analisis Matriks Teknis.....	84
V.2.1.6.1 Analisis Penentuan Satuan Karakteristik Teknis.....	84
V.2.1.6.2 Analisis <i>Competitive Benchmarking</i> dan Target .....	86
V.2.1.6.3 Analisis Column Weight, Column Weight Percentage, dan Ranking Karakteristik Teknis.....	90
V.2.2 Analisis Penentuan Konsep.....	92
V.2.3 Analisis Pengolahan QFD Iterasi Dua ( <i>Part Deployment</i> ) .....	93
V.2.3.1 Analisis Penentuan <i>Critical Part</i> dan <i>Direction of Goodness</i> .....	93
V.2.3.2 Analisis <i>Relationship Matrix</i> QFD Iterasi Dua .....	94
V.2.3.3 Analisis Penentuan <i>Competitive Benchmarking</i> dan Target.....	94
V.2.3.4 Analisis <i>Coloumn Weight, Coloumn Weight Percentage, dan Ranking Critical Part</i> .....	98
V.2.4 Rekomendasi Perancangan .....	100
V.2.4.1 Rekomendasi Program Kerjasama Dengan Pihak Eksternal .....	100
V.2.4.2 Rekomendasi Penambahan Jenis Influencer .....	101
V.2.4.3 Rekomendasi Penetapan Jenis Fitur Layanan Instagram.....	101
V.2.4.4 Rekomendasi Penetapan Sifat Konten .....	102
V.2.4.5 Rekomendasi Penambahan Frekuensi Publikasi.....	102
V.2.4.6 Rekomendasi Program Interaksi Pelanggan .....	103
V.2.4.8 Rekomendasi Penetapan Sifat Informasi .....	104
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	105
VI.1 Kesimpulan .....	105
VI.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	108