

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Tugas Akhir	9
I.4 Batasan Tugas Akhir	9
I.5 Manfaat Tugas Akhir	10
I.6 Sistematika Laporan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
II.1 Literatur	12
II.1.1 Pemasaran <i>Online</i>	12
II.1.2 Social Media Marketing	13
II.1.3 Social Media Marketing Instagram	14
II.1.4 Metrik Kesuksesan Pemasaran Instagram	14
II.2 Alasan Pemilihan Teori / Model / Kerangka Kerja	15
II.2.1 Metode Pembandingan	15
II. 2.2 <i>Benchmarking</i>	17
II.2.3 Jenis-Jenis <i>Benchmarking</i>	19
II.2.4 Alat Pembandingan	20
II.2.5 Analytical Hierarchy Process (AHP)	21
II.2.6 Tahapan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	22
II.2.7 <i>Voice of customer</i> (VoC)	24

II.2.8 Identifikasi Kriteria Media Sosial Instagram	24
II.2.9 Kriteria dan Sub Kriteria Media Sosial Instagram	25
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH.....	27
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah	27
III.1.1 Tahap Pengumpulan Data	28
III.1.2 Tahap Perancangan	30
III.1.3 Tahap Analisis dan Evaluasi Hasil Perancangan	33
III.1.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	34
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	34
III.3 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	35
BAB IV PENYELESAIAN PERMASALAHAN	36
IV.1 Pengumpulan Data	36
IV.1.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner AHP	36
IV.1.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	36
IV.2 Pengolahan Data dan Pembahasan	38
IV.2.1 Penentuan Struktur Hierarki	38
IV.2.2 Matriks Perbandingan Kriteria Instagram	39
IV.2.3 Matriks Perbandingan Sub Kriteria Instagram	40
IV.2.4 Uji Konsistensi	42
IV.2.5 Hasil Observasi Sub-Kriteria dari Kinerja Mitra <i>Benchmark</i>	44
IV.2.6 Penentuan <i>Best Practice</i> dari <i>Partner Benchmark</i>	52
IV.2.7 Penentuan Peringkat Prioritas.....	56
IV.2.8 Identifikasi Gap	57
IV.2.9 Hasil Rancangan	60
IV.3 Verifikasi Hasil	64
BAB V Validasi, Analisis Hasil, dan Implikasi.....	67
V.1 Validasi.....	67
V.2 Analisis Penyelesaian Masalah.....	69
V.3 Analisis Implementasi	75
V.3.1 Persiapan Implementasi Hasil Rancangan	75
V.3.2 Analisis Implementasi Rekomendasi Kriteria <i>Feeds</i>	77
V.3.3 Analisis Implementasi Rekomendasi Kriteria <i>Story</i>	81
V.3.4 Analisis Implementasi Rekomendasi Kriteria <i>Reels</i>	84
V.3.5 Analisis Implementasi Rekomendasi Kriteria <i>Profile</i>	91

V.3.6 Analisis Implementasi Rekomendasi Kriteria <i>Caption</i>	92
V.4 Implikasi Tugas Akhir	93
BAB VI Kesimpulan dan Saran	94
VI.1 Kesimpulan	94
VI.2 Saran.....	96
VI.2.1 Saran untuk Namu Coffee	97
VI.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	102