

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	7
I.3. Tujuan Tugas Akhir	7
I.4. Manfaat Tugas Akhir	7
I.5. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	8
I.6. Sistematika Laporan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
II.1. Literatur	10
II.1.1. <i>Social Media Marketing</i>	10
II.1.2. Metrik Kesuksesan Pemasaran Instagram	10
II.1.3. Brand Awareness	11
II.1.4. Marketing di Instagram	13
II.2. Alasan Pemilihan Teori/ Model/ Kerangka Kerja	15

II.2.1. Metode Pembanding.....	15
II.2.2. Benchmarking	17
II.2.3. Jenis-jenis Benchmarking	18
II.2.4. Tahapan Benchmarking	19
II.2.5. Alat Pembanding.....	21
II.2.6. Analytical Hierarchy Process (AHP)	23
II.2.7. Tahapan Analitical Hierarchy Process (AHP)	23
II.2.8. Pemilihan Kriteria Instagram	25
II.2.9. Kriteria dan Sub-KriterIa Instagram	26
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH	29
III.1. Sistematika Penyelesaian Masalah	29
III.1.1. Metode Pengumpulan Data.....	30
III.1.2. Pengolahan Data dan Pembahasan	32
III.1.3. Metode Evaluasi	37
III.2. Kesimpulan dan Saran.....	38
III.3. Batasan dan Asusmsi.....	39
III.4. Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	39
BAB IV PENYELESAIAN PERMASALAHAN	41
IV.1. Pengumpulan Data	41
IV.1.1. Deskripsi Data	41
IV.1.2. Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	42
IV.2. Pengolahan Data dan Pembahasan.....	45
IV.2.1. Penentuan Struktur Hierarki	45
IV.2.2. Matriks Perbandingan Kriteria Instagram	46
IV.2.3. Matriks Perbandingan Sub Kriteria Instagram	47
IV.2.4. Uji Konsistensi	49

IV.2.5. Hasil Observasi Kinerja <i>Partner Benchmark</i>	50
IV.2.6. Penentuan Praktik Terbaik dari <i>Partner Benchmark</i>	56
IV.2.7. Penentuan Tingkat Prioritas.....	61
IV.2.8. Identifikasi <i>Gap</i>	62
IV.3. Hasil Rancangan.....	66
IV.4. Verifikasi Hasil	70
BAB V VALIDASI, ANALISA HASIL, DAN IMPLIKASI	73
V.1. Validasi Hasil Rancangan.....	73
V.2. Analisis Penyelesaian Masalah.....	76
V.3. Analisis dan Rencana Implementasi.....	83
V.3.1. Persiapan Implementasi Hasil Rancangan	83
V.3.2. Analisis Implementasi Hasil Rancangan	84
V.4. Implikasi Tugas Akhir	89
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	91
VI.1. Kesimpulan	91
VI.2. Saran.....	93
VI.2.1. Saran untuk PT Indo Eksis Multimedia.....	93
VI.2.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	100