

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbandingan Instagram PT.Indo Eksis Multimedia dengan Kompetitor	4
Tabel I.2 Hasil In-Depth Interview	5
Tabel II.1 Metode Pembanding.....	15
Tabel II.2 Metode Pembanding (Lanjutan)	16
Tabel II.3 Alat Pembanding	21
Tabel II.3 Alat Pembanding (Lanjutan)	22
Tabel II.4 Skala Kepentingan Relatif.....	24
Tabel II.5 Random Index	25
Tabel II.6 Pemilihan Kriteria Penelitian Terdahulu	26
Tabel II.7 Fitur Instagram	27
Tabel II.8 Kriteria dan Sub-Kriteria Instagram.....	27
Tabel II.8 Kriteria dan Sub-Kriteria Instagram (Lanjutan)	28
Tabel III.1 Kerangka Kuisiner AHP.....	33
Tabel III.2 Kerangka Observasi Kinerja Partner Benchmark	35
Tabel III.3 Identifikasi Sistem Terintegrasi	39
Tabel III.3 Identifikasi Sistem Terintegrasi (Lanjutan)	40
Tabel IV.1 Data Responden	42
Tabel IV.2 Spesifikasi Rancangan	43
Tabel IV.2 Spesifikasi Rancangan (<i>Lanjutan</i>)	44
Tabel IV.3 Priority Vector dan Peringkat Kriteria	47
Tabel IV.4 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Feeds	47
Tabel IV.5 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Story	47
Tabel IV.6 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Profile.....	48
Tabel IV.7 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Reels.....	48
Tabel IV.8 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Caption	49
Tabel IV.9 Uji Konsistensi Kriteria	49
Tabel IV.10 Uji Konsistensi Sub Kriteria	49
Tabel IV.11 Hasil Observasi Sub Kriteria Frekuensi unggahan konten yang teratur.....	50
Tabel IV.12 Hasil Observasi Sub Kriteria Nilai estetika suatu konten visual.....	50

Tabel IV.13 Hasil Observasi Sub Kriteria Konten yang interaktif melalui gambar dan video.....	50
Tabel IV.14 Hasil Observasi Sub Kriteria Story Instagram efektif untuk Engagement real-time	51
Tabel IV.15 Hasil Observasi Sub Kriteria Konten story perlu bervariasi antara edukasi dan hiburan.....	51
Tabel IV.16 Hasil Observasi Keteraturan posting story mempengaruhi keterlibatan followers.....	52
Tabel IV.17 Hasil Observasi Sub Kriteria Profile harus memuat elemen visual.	52
Tabel IV.18 Hasil Observasi Sub Kriteria Kelengkapan profile mencakup bio, kontak, dan link penting	52
Tabel IV.19 Hasil Observasi Sub Kriteria Profile perlu menampilkan identitas brand secara profesional.....	53
Tabel IV.20 Hasil Observasi Konsistensi pada posting reels.....	53
Tabel IV.21 Hasil Observasi Kreativitas format dan konten ataupun variasi video.....	53
Tabel IV.22 Hasil Observasi Kolaborasi Influencer ataupun kerjasama promo si konten.....	54
Tabel IV.23 Hasil Observasi Sub Kriteria Caption yang storytelling meningkatkan Engagement	54
Tabel IV.24 Hasil Observasi Sub Kriteria Penggunaan hashtag strategis dalam caption.....	55
Tabel IV.25 Hasil Observasi Sub Kriteria Penulisan yang terstruktur	55
Tabel IV.26 Penentuan Partner Benchmark Pada Kriteria Feeds	56
Tabel IV.27 Penentuan Partner Benchmark Pada Kriteria Story	57
Tabel IV.28 Penentuan Partner Benchmark Pada Kriteria Profile.....	58
Tabel IV.29 Penentuan Partner Benchmark Pada Kriteria Reels	59
Tabel IV.30 Penentuan Partner Benchmark Pada Kriteria Caption	60
Tabel IV.31 Penentuan Tingkat Prioritas	61
Tabel IV.32 Gap Pada Kriteria Feeds	62
Tabel IV.33 Gap Pada Kriteria Story	63
Tabel IV.34 Gap Pada Kriteria Profile.....	64

Tabel IV.35 Gap Pada Kriteria Reels	65
Tabel IV.36 Gap Pada Kriteria Caption	66
Tabel IV.37 Hasil Rancangan	67
Tabel IV.37 Hasil Rancangan (Lanjutan)	68
Tabel IV.37 Hasil Rancangan (Lanjutan)	69
Tabel IV.38 Verifikasi Hasil Rancangan	70
Tabel IV.38 Verifikasi Hasil Rancangan (Lanjutan)	71
Tabel IV.38 Verifikasi Hasil Rancangan (Lanjutan)	72
Tabel V.1 Validasi Hasil Rancangan	74
Tabel V.1 Validasi Hasil Rancangan (Lanjutan)	75
Tabel V.2 Analisis Penyelesaian Masalah	77
Tabel V.2 Analisis Penyelesaian Masalah (Lanjutan)	78
Tabel V.2 Analisis Penyelesaian Masalah (Lanjutan)	79
Tabel V.2 Analisis Penyelesaian Masalah (Lanjutan)	80
Tabel V.2 Analisis Penyelesaian Masalah (Lanjutan)	81
Tabel V.2 Analisis Penyelesaian Masalah (Lanjutan)	82
Tabel V.3 SOP Visual Konten	86