

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan.....	9
I.4 Manfaat Tugas Akhir.....	9
I.5 Sistematika Laporan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
II.1 Literatur.....	11
II.1.1 <i>Digital Marketing</i>	11
II.1.2 Jenis-jenis digital marketing	11
II.1.3 Strategi <i>Digital Marketing</i>	14
II.2 Literatur Metode Perancangan Strategi Digital Marketing.....	16
II.2.1 Perbandingan Metode Digital marketing	16
II.3 Metode SOSTAC	19
III.3.1 Definisi SOSTAC	19
III.3.2 Tahapan SOSTAC	20
BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH	25
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	25
III.1.1 Tahap Pendahuluan	29
III.1.2 Tahap Perancangan Sistem Terintegrasi.....	30
III.1.3 Tahap Perancangan.....	33

III.1.4	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	33
III.2	Pengumpulan Data	33
III.3	Pengolahan Data.....	34
III.4	Metode Evaluasi.....	34
III.5	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	34
BAB IV PENYELESAIAN PERMASALAHAN		35
IV.1.	Pengumpulan Data	35
IV.1.1.	<i>Situation Analysis</i>	35
IV.2.	Pengolahan Data.....	54
IV.2.1.	<i>Objective</i>	54
IV.2.2.	<i>Strategy</i>	56
IV.2.3.	<i>Tactics</i>	66
IV.2.4.	<i>Action</i>	75
IV.2.5.	<i>Control</i>	78
IV.3.	Perancangan Sistem Terintegrasi	79
IV.4.	Hasil Perancangan.....	82
IV.4.1.	<i>Sell</i>	82
IV.4.2.	<i>Serve</i>	83
IV.4.3.	<i>Speak</i>	84
IV.4.4.	<i>Save</i>	86
IV.4.5.	<i>Sizzle</i>	87
IV.5.	Verifikasi Hasil Rancangan	89
BAB V ANALISIS HASIL		92
V.1	Validasi Rancangan	92
V.2	Analisis Implementasi.....	93
V.3	Implikasi Tugas Akhir	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		97
VI.1	Kesimpulan	98
VI.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN.....		104