

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Pengikut dan Persentase <i>Engagement Rate</i> Humblezing dan Kompetitor Per Oktober 2020	4
Tabel I.2 Kegiatan pada Humblezing	5
Tabel II.1 Simbol Proses Bisnis	11
Tabel II.2 Perbandingan Pendekatan <i>Knowledge Conversion</i>	17
Tabel II.3 Tugas Akhir dan Publikasi Terdahulu	22
Tabel IV.1 Elemen Sistem Terintegrasi	31
Tabel IV.2 Rangkuman Hasil Wawancara <i>Owner</i> dan Pegawai Humblezing	34
Tabel IV.3 KPI Tahap <i>Socialization</i>	38
Tabel IV.4 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Advertising</i> Responden 1	38
Tabel IV.5 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Sales & Promotion</i> Responden 1	41
Tabel IV.6 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Endorsement</i> Responden 1	44
Tabel IV.7 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Launching</i> Produk Responden 1	47
Tabel IV.8 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Advertising</i> Responden 2	50
Tabel IV.9 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Sales & Promotion</i> Responden 2	52
Tabel IV.10 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Endorsement</i> Responden 2	55
Tabel IV.11 Identifikasi <i>Tacit Knowledge Launching</i> Produk Responden 2	58
Tabel IV.12 KPI Tahap <i>Externalization</i>	58
Tabel IV.13 Identifikasi <i>Tacit Knowledge dan Explicit Knowledge</i> Aktivitas <i>Advertising</i>	63
Tabel IV.14 Identifikasi <i>Tacit Knowledge dan Explicit Knowledge</i> Aktivitas <i>Sales & Promotion</i>	67
Tabel IV.15 Identifikasi <i>Tacit Knowledge dan Explicit Knowledge</i> Aktivitas <i>Endorsement</i>	70
Tabel IV.16 Identifikasi <i>Tacit Knowledge dan Explicit Knowledge</i> Aktivitas <i>Launching</i> Produk	75
Tabel IV.17 KPI Tahap <i>Combination</i>	78
Tabel IV.18 Hasil Internalisasi Kegiatan	79
Tabel IV.19 KPI Tahap <i>Internalization</i>	80
Tabel IV.20 KPI Kegiatan Pemasaran Digital Humblezing	81
Tabel V.1 Komponen Sistem Integrasi pada Rancangan Sistem Rekomendasi	91

Tabel V.2 Evaluasi Kelebihan dan Kekurangan Hasil Rancangan Tugas Akhir...92