

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Batasan Masalah.....	2
1.5 Definisi Operasional	2
1.6 Metode Pengerjaan	3
1.7 Jadwal Pengerjaan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Gambaran Umum Institusi.....	6
2.2 Solusi – solusi yang Telah Ada Sebelumnya.....	8
2.3 Landasan Teori	9
2.3.1 <i>Brand Awareness</i>	9
2.3.2 Media Sosial.....	9
2.3.3 Konten Media Sosial	10
2.3.4 Keterlibatan Pengguna Media Sosial	10
2.3.5 <i>Content Marketing</i>	10
2.3.6 Desain Grafis	11
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN	14
3.1 Analisis Kebutuhan Pengguna.....	14
3.2 Analisis Deskripsi Pekerjaan.....	14
3.3 Kebutuhan Perangkat Keras dan Perangkat Lunak.....	14

3.3.1 Perangkat Keras	14
3.3.2 Perangkat Lunak.....	15
3.4 Metode Pengerjaan	16
3.4.1 <i>Research</i>	16
3.4.2 Penentuan <i>Content Pillar</i>	17
3.4.3 Penentuan Konsep	18
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN.....	25
4.1 Implementasi	25
4.1.1 Pembuatan Konten	25
4.1.2 Pengunggahan Konten	29
4.1.3 Evaluasi	29
4.2 Hasil Implementasi.....	30
4.3 Pengujian.....	48
BAB 5 KESIMPULAN	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56