

# DAFTAR ISI

---

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
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 Rencana Pengerjaan .....	2
BAB 2    TINJAUAN PUSTAKA .....	4
2.1 Technopreneurship .....	4
2.1.1 Pengertian Technopreneurship.....	4
2.1.2 Pengertian Perencanaan Marketing .....	4
2.1.3 Pengertian Fotografi .....	4
2.1.4 Pengertian Videografi.....	4
2.1.5 Pengertian Marketing.....	5
2.2 CMO ( <i>Chief Marketing Officer</i> ) .....	5
2.2.1 Pengertian CMO ( <i>Chief Marketing Officer</i> ) .....	5
BAB 3    ANALISIS DAN PERANCANGAN .....	6
3.1 Gambaran Kreema Project .....	6
3.1.1 Visi dan Misi .....	6
3.1.2 Struktur Perusahaan .....	7
3.1.3 Aset Kreema Project.....	7
3.1.4 Operating Expenditure .....	7

3.2 Tugas dari Masing-masing Bagian .....	8
3.3 Analisis .....	8
3.3.1 Analisis Pemasaran Online .....	9
3.4 Perancangan .....	9
3.4.1 Tujuan Pemasaran .....	9
3.4.2 Segmentasi Pasar .....	10
3.4.3 Strategi Pengembangan Brand .....	10
3.5 Kebutuhan Perangkat Keras dan Perangkat Lunak .....	10
3.6 Flowchart .....	10
<b>BAB 4     IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN .....</b>	<b>12</b>
4.1 Implementasi .....	12
4.1.1 Pengembangan Konten .....	12
4.1.2 Peluncuran Promosi Konten .....	12
4.2 Pengujian .....	15
4.2.1 Pengukuran Kinerja Promosi .....	15
4.2.2 Evaluasi Hasil .....	17
4.3 Hasil Implementasi dan Ujian .....	17
4.3.1 Hasil Pengukuran di Instagram .....	17
4.3.2 Hasil Pengukuran di Tiktok .....	18
4.3.3 Analisis dan Refleksi .....	19
4.3.4 Rekomendasi .....	20
<b>BAB 5     KESIMPULAN .....</b>	<b>21</b>
5.1 Kesimpulan .....	21
5.2 Saran .....	21
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>