

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SIMBOL	xiii
DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	5
I.3 Perumusan Masalah	10
I.4 Tujuan Tugas Akhir	10
I.5 Manfaat Tugas Akhir	11
I.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
II.1 Manajemen Pemasaran	13
II.1.1 Digital Marketing	13
II.1.2 Media Sosial.....	16
II.1.3 Komunikasi Pemasaran Instagram	17
II.2 Pemodelan Sistem.....	19
II.2.1 <i>Fishbone Diagram</i>	19
II.3 Pengembangan Produk	20
II.3.1 <i>Voice of Customer (VOC)</i>	20
II.4 Metode Pembandingan	21
II.5 <i>Benchmarking</i>	23
II.5.1 Manfaat <i>Benchmarking</i>	24

II.5.2 Jenis-Jenis <i>Benchmarking</i>	24
II.5.3 Langkah-Langkah Metode <i>Benchmarking</i>	26
II.6 Perbandingan Teknik	27
II.7 <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	29
II.7.1 Langkah-Langkah AHP	29
II.8 Pemilihan Kriteria Berdasarkan Penelitian Terdahulu	33
II.9 Kriteria dan Sub Kriteria Media Komunikasi Pemasaran Instagram	35
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	40
III.1 Sistematika Pemecahan Masalah.....	40
III.1.1 Tahap Pengumpulan Data.....	42
III.1.2 Tahap Perancangan Sistem Terintegrasi.....	43
III.1.3 Tahap Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan	51
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	52
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI.....	53
IV.1 Deskripsi Data	53
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	54
IV.3 Proses Perancangan	56
IV.3.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data.....	56
IV.3.2 Karakteristik Responden	57
IV.3.3 Pengolahan Data	57
IV.3.4 Hasil Observasi Nilai Subkriteria dari Kinerja <i>Mitra Benchmark</i> ...	86
IV.3.5 Penentuan <i>Best Practice</i> dari <i>Mitra Benchmark</i>	107
IV.3.6 Penentuan Tingkat Prioritas.....	110
IV.3.7 Identifikasi <i>Gap</i> Komunikasi Pemasaran Instagram	112
IV.4 Hasil Rancangan.....	117
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan.....	123

BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN.....	126
V.1 Validasi Hasil Rancangan.....	126
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	130
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	133
V.3.1 Analisis dan Rencana Implementasi Kriteria Story	133
V.3.2 Analisis dan Rencana Implementasi Kriteria Profile.....	136
V.3.3 Analisis dan Rencana Implementasi Kriteria <i>Feeds</i>	137
V.3.4 Analisis dan Rencana Implementasi Kriteria <i>Caption</i>	140
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
VI.1 Kesimpulan	142
VI.2 Saran dan Rekomendasi	144
VI.2.1 Saran Untuk Resto Burger Makan Daging	144
VI.2.2 Saran Untuk Tugas Akhir Selanjutnya	144
DAFTAR PUSTAKA	146