

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
<i>ABSTRACT</i>	3
LEMBAR PENGESAHAN	4
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI	4
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR ISTILAH	10
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Tugas Akhir	10
I.4 Manfaat Tugas Akhir	10
I.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
II.1 Komunikasi Pemasaran	13
II.2 <i>Digital Marketing</i>	13
II.3 <i>Social Media Marketing</i>	14
II.4 <i>Content Marketing</i>	15
II.5 Komunikasi Pemasaran TikTok	16
II.6 Metrik Kesuksesan Pemasaran TikTok	16
II.7 Pemilihan Teori/ Model/ Kerangka Standar Perancangan	17
II.7.1 Metode Pembandingan	17
II.7.2 Benchmarking	18
II.7.3 Tahapan Benchmarking	18
II.7.4 Alat Pembandingan	19
II.7.5 Analytical Hierarchy Process (AHP)	20
II.7.6 Tahapan Analytical Hierarchy Process (AHP)	21
II.8 Identifikasi Kriteria TikTok	23
II.9 Kriteria dan Sub-Kriteria Media <i>Marketing</i> Komunikasi TikTok	25
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH	28

III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	28
III.1.1 Tahap Pengumpulan Data.....	30
III.1.2 Tahap Perancangan.....	32
III.1.3 Tahap Verifikasi Hasil Rancangan.....	37
III.1.4 Tahap Evaluasi Hasil Rancangan.....	38
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	39
BAB IV PENYELESAIAN PERMASALAHAN.....	40
IV.1 Pengumpulan Data.....	40
IV.1.1 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	41
IV.2 Pengolahan Data.....	44
IV.2.1 Penentuan Struktur Hierarki.....	44
IV.2.2 Pengolahan Hasil Kuesioner.....	45
IV.2.3 Hasil Observasi Nilai Sub-Kriteria dari Kinerja Mitra Benchmark..	51
IV.2.4 Penentuan Best Practice dari Mitra Benchmark.....	65
IV.2.5 Penetapan Tingkat Prioritas.....	68
IV.2.6 Identifikasi <i>Gap</i>	68
IV.2.7 Hasil Rancangan.....	76
IV.2.8 Verifikasi Hasil Rancangan.....	79
BAB V VALIDASI DAN ANALISIS HASIL.....	84
V.1 Analisis Hasil Rancangan.....	84
V.1.1 Perancangan Sistem Terintegrasi.....	84
V.1.2 Rancangan Rekomendasi.....	88
V.1.3 Evaluasi Hasil Rancangan Rekomendasi.....	89
V.2 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	95
V.2.1 Persiapan Implementasi Hasil Rancangan.....	95
V.2.2 Analisis Hasil Rancangan Rekomendasi Kriteria Konten.....	96
V.2.3 Analisis Hasil Rancangan Rekomendasi Kriteria Engagement.....	99
V.2.4 Analisis Hasil Rancangan Rekomendasi Kriteria Hashtag.....	102
V.2.5 Analisis Hasil Rancangan Rekomendasi Kriteria Influencer.....	103
V.2.6 Analisis Hasil Rancangan Rekomendasi Kriteria Frekuensi.....	107
V.2.7 Analisis Hasil Rancangan Rekomendasi Kriteria Visual.....	108
V.3 Validasi Hasil Rancangan.....	109
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
VI.1 Kesimpulan.....	112
VI.2 Saran.....	114

VI.2.1 Saran untuk Cuanki Cuban.....	114
VI.2.2 Saran untuk Tugas Akhir Selanjutnya.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116