

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Proyeksi Selisih Produksi dan Penggunaan Daging Kambing dan Domba di Indonesia Tahun 2023-2027	2
Tabel I. 2 Fokus Ternak CV Gembala Harapan	3
Tabel I. 3 Penggunaan Media Sosial CV Gembala Harapan.....	5
Tabel I. 4 Perbandingan Jumlah Pengikut Media Sosial.....	6
Tabel II. 1 Literatur Perancangan Strategi Digital Marketing.....	16
Tabel II. 2 Perbandingan Teori Terkait.....	18
Tabel III. 1 Kebutuhan Data <i>Situation Analysis</i>	30
Tabel III. 2 Kebutuhan Data <i>Objective</i>	31
Tabel III. 3 Kebutuhan Data <i>Strategy</i>	31
Tabel III. 4 Kebutuhan Data <i>Tactics</i>	32
Tabel III. 5 Kebutuhan Data <i>Action</i>	32
Tabel III. 6 Kebutuhan Data <i>Control</i>	33
Tabel IV. 1 <i>Customer</i> Profile.....	35
Tabel IV. 2 <i>Customer</i> Profile (Lanjutan)	36
Tabel IV. 3 <i>Customer</i> Profile (Lanjutan).....	36
Tabel IV. 4 Faktor-Faktor <i>Customer</i> Memilih Gembala Harapan.....	38
Tabel IV. 5 Perbandingan <i>Tools Digital Marketing</i> Gembala Harapan dan Kompetitor	39
Tabel IV. 6 <i>Influencer</i> Potensial untuk Kerjasama dengan Gembala Harapan	42
Tabel IV. 7 Observasi <i>Performance Social Media</i> Gembala Harapan	48
Tabel IV. 8 Analisis PEST Gembala Harapan	49
Tabel IV. 9 Analisis PEST Gembala Harapan (Lanjutan)	50
Tabel IV. 10 Analisis SWOT Gembala Harapan	50
Tabel IV. 11 Analisis SWOT Gembala Harapan (Lanjutan)	51
Tabel IV. 12 Analisis TOWS Gembala Harapan	52
Tabel IV. 13 Analisis TOWS Gembala Harapan (Lanjutan)	53
Tabel IV. 14 Analisis TOWS Gembala Harapan (Lanjutan)	54
Tabel IV. 15 5S Objectives.....	55
Tabel IV. 16 5S Objectives (Lanjutan)	56
Tabel IV. 17 <i>Partnership Influencer</i> dan Lembaga Gembala Harapan	61

Tabel IV. 18 Waktu Unggah Konten Media Sosial	68
Tabel IV. 19 Action Plan Perancangan Strategi <i>Digital Marketing</i>	75
Tabel IV. 20 Action Plan Perancangan Strategi <i>Digital Marketing</i> (Lanjutan).....	76
Tabel IV. 21 Action Plan Perancangan Strategi <i>Digital Marketing</i> (Lanjutan).....	77
Tabel IV. 22 <i>Key Performance Indicator Objectives</i>	78
Tabel IV. 23 <i>Key Performance Indicator</i> Instagram	79
Tabel IV. 24 <i>Key Performance Indicator</i> Facebook.....	79
Tabel IV. 25 Perancangan Sistem Terintegrasi	80
Tabel IV. 26 Perancangan Sistem Terintegrasi (Lanjutan)	81
Tabel IV. 27 Verifikasi Hasil Rancangan	89
Tabel IV. 28 Verifikasi Hasil Rancangan (Lanjutan)	90
Tabel IV. 29 Verifikasi Hasil Rancangan (Lanjutan)	91
Tabel IV. 30 Implikasi Tugas Akhir (Lanjutan).....	95
Tabel IV. 31 Implikasi Tugas Akhir (Lanjutan).....	96
Tabel V. 1 Validasi Hasil Rancangan.....	92
Tabel V. 2 Analisis Implementasi	93
Tabel V. 3 Implikasi Tugas Akhir.....	94
Tabel V. 4 Identifikasi Implementasi Hasil Rancangan	97