

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
ABSTRAK	4
<i>ABSTRACT</i>	6
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	6
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR ISTILAH.....	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN	13
I.1 Latar Belakang	13
I.2 Rumusan Masalah	21
I.3 Tujuan Tugas Akhir	22
I.4 Manfaat Tugas Akhir	22
I.5 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	24
II.1 Literatur Terkait	24
II.1.1 <i>Digital marketing</i> pada <i>Fashion</i> Batik.....	24
II.1.2 <i>Tools Digital marketing</i> pada <i>Fashion</i> Batik.....	25
II.2 Literatur Perancangan Strategi <i>Digital marketing</i>	27
II.2.1 Perbandingan Metode <i>Digital marketing</i>	27
II.2.2 Metode SOSTAC	31

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	37
III.1 Sistematika Perancangan.....	37
III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data	37
III.1.2 Tahapan Perancangan	40
III.1.3 Deskripsi Mekanisme Verifikasi.....	43
III.1.4 Deskripsi Mekanisme Validasi	43
III.2 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	43
III.3 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	44
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	45
IV.1 Pengumpulan Data	45
IV.1.1 Profil Batik Kenarie Sukabumi	45
IV.1.2 <i>Situation Analysis</i>	49
IV.2 Pengolahan Data.....	85
IV.2.1 <i>Objectives</i>	85
IV.2.2 <i>Strategy</i>	89
IV.2.3 <i>Tactics</i>	99
IV.2.4 <i>Action</i>	108
IV.2.5 <i>Control</i>	113
IV.3 Perancangan Sistem Terintegrasi	118
IV.4 Hasil Rancangan	123
IV.4.1 <i>Sell</i>	124
IV.4.2 <i>Serve</i>	125
IV.4.3 <i>Speak</i>	126
IV.4.4 <i>Save</i>	127
IV.4.5 <i>Sizzle</i>	128

BAB V ANALISIS	129
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan	129
V.2 Validasi Hasil Rancangan	132
V.3 Analisis Perancangan	133
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
VI.1 Kesimpulan.....	138
VI.2 Saran	139
VI.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	139
VI.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	139
DAFTAR PUSTAKA.....	140
LAMPIRAN	145