

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>i</i>
PERNYATAAN.....	<i>i</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>ii</i>
ABSTRAK	<i>iii</i>
ABSTRACT	<i>iv</i>
DAFTAR ISI.....	<i>v</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>i</i>
DAFTAR TABEL	<i>i</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>i</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Solusi	2
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Penjadwalan Kerja.....	2
1.5 Batasan Masalah	3
BAB II PROFIL ORGANISASI	<i>4</i>
2.1 Deskripsi Organisasi.....	4
2.2 Struktur Organisasi dan Tata Kelola	4
2.3 Deskripsi Pekerjaan.....	7
2.3.1 Analisis Pekerjaan	8
BAB III ANALISIS PEKERJAAN.....	<i>10</i>
3.1 Analisis Sistem	10
3.1.1 Gambar Sistem Saat Ini	10
3.2 Relevansi Teori dengan Pekerjaan	10
3.2.1 Pemasaran	10
3.2.2 Manajemen Pemasaran	11
3.2.3 Pemasaran Digital	11
3.2.4 Pemasaran Media Sosial	12
3.2.5 Strategi Branding	12
3.2.6 Brand Awareness	13
3.3 Kendala dalam Pekerjaan	13

3.4 Kebutuhan Perangkat Kerja	14
3.4.1 Pengembangan Sistem	14
3.4.2 Kualitas/Kinerja Sistem	14
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Hasil Akhir (Luaran)	16
4.1.1 Perencanaan Strategi Konten Media Sosial.....	16
4.1.2 Produksi dan Publikasi Konten Digital.....	17
4.1.3 Dokumentasi Hasil	18
4.1.4 Tools software dan Hardware yang Digunakan	20
4.2 Pengujian Luaran	21
4.2.1 Analisis Engagement Rate	21
4.2.2 Analisis Reach	23
4.2.3 Analisis Pertumbuhan Followers (Followers Growth).....	25
4.2.4 Pertumbuhan Visitors	27
4.2.5 Pertumbuhan Reaction.....	29
4.2.6 Evaluasi Kualitas Konten (Visual & Copywriting)	30
4.3 Sub Bab Lain yang Relevan dengan Kompetensi Lulusan Program Studi	31
BAB V PENUTUP	33
5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran	33
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	36