

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>16</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	16
1.2 Tujuan Penelitian .....	22
1.3 Manfaat Penelitian .....	22
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>24</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	24
2.2 Landasan Teori .....	30
<b>BAB III PROSEDUR PROYEK AKHIR .....</b>	<b>47</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	47
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.3 Pelaksanaan Kegiatan .....	50
3.4 Indikator Keberhasilan.....	52
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Identifikasi Konten pada Aplikasi dan Website Atourin .....	55
4.2 Perancangan Perencanaan Kampanye Digital Atourin melalui Instagram ..	67
4.3 Mengevaluasi Proses Perancangan Kampanye Digital Atourin.....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>118</b>



5.1. Kesimpulan.....	118
5.2. Saran .....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>124</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka .....	24
Tabel 2. 2 <i>Macnamara's Macro Model Evaluation</i> .....	45
Tabel 3. 1 <i>Timeline</i> Proyek Akhir.....	50
Tabel 3. 2 <i>Key Performance Indicator (KPI) Aspek Perubahan Sikap dan Perilaku</i> .	53
Tabel 3. 3 <i>Key Performance Indicator (KPI) Aspek Engagement</i> .....	53
Tabel 3. 4 <i>Key Performance Indicator (KPI) Aspek Purchase</i> .....	54
Tabel 4.1 Data Persebaran Pengikut Instagram Atourin.....	70
Tabel 4.2 Data Usia Pengikut Instagram Atourin.....	70
Tabel 4. 3 Hari dan Jumlah Pengikut yang Aktif di Instagram Atourin .....	72
Tabel 4. 4 Data Analisis Produk dan Layanan Fitur Layanan Kompetitor .....	73
Tabel 4.6 Analisis SWOT terhadap Produk Atourin .....	77
Tabel 4.7 Data Aktual dan Target KPI Instagram Atourin .....	79
Tabel 4. 8 Data Target Audiens dan Waktu Pengunggahan Konten TOTAL.....	84
Tabel 4.9 Konten <i>Awareness, Caption, dan Hashtag</i> pada <i>Campaign</i> TOTAL .....	89
Tabel 4. 10 Konten <i>Consideration, Caption, dan Hashtag</i> pada <i>Campaign</i> TOTAL	91
Tabel 4. 11 Konten <i>Purchase, Caption, dan Hashtag</i> pada <i>Campaign</i> TOTAL.....	93
Tabel 4.12 Konten <i>Retention, Caption, dan Hashtag</i> pada <i>Campaign</i> TOTAL .....	95
Tabel 4.13 Konten <i>Advocacy, Caption, dan Hashtag</i> pada <i>Campaign</i> TOTAL .....	97
Tabel 4. 14 Data Target Capaian dan Waktu Pemantauan Konten TOTAL.....	102
Tabel 4. 15 Konten Iklan.....	105
Tabel 4.16 Data Evaluasi <i>Input</i> .....	107
Tabel 4. 17 Data Evaluasi <i>Output</i> .....	111
Tabel 4.18 Data Capaian Konten TOTAL pada Instagram.....	112
Tabel 4.19 Data Evaluasi <i>Outcome</i> .....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kampanye Nowak & Warneryd .....	33
Gambar 2. 2 <i>Consumer Decision Journey</i> .....	36
Gambar 2. 3 <i>SOSTAC Theory Planning System</i> .....	38
Gambar 2. 4 <i>Pyramid Macro Model of PR Research</i> .....	44
Gambar 4.1 Fitur <i>Home</i> Aplikasi Atourin.....	56
Gambar 4.2 Fitur <i>Explore</i> Aplikasi Atourin.....	57
Gambar 4.3 Fitur <i>Itinerary</i> Aplikasi Atourin .....	58
Gambar 4.4 Fitur <i>Event</i> Aplikasi Atourin .....	59
Gambar 4.5 Fitur Profil Aplikasi Atourin .....	60
Gambar 4.6 Fitur <i>Itinerary Planner Website</i> Atourin.....	62
Gambar 4.7 Sub-fitur <i>Itinerary Website</i> Atourin .....	63
Gambar 4.8 Sub-fitur <i>Destination Website</i> Atourin .....	64
Gambar 4.9 Sub-fitur <i>Attraction Website</i> Atourin.....	65
Gambar 4.10 Sub-fitur <i>Tour Guide Website</i> Atourin .....	65
Gambar 4.11 Fitur <i>Event Website</i> Atourin.....	66
Gambar 4.12 Fitur <i>Marketplace Website</i> Atourin .....	67
Gambar 4.13 Contoh Pemanfaatan Fitur Kolaborasi Instagram .....	81
Gambar 4.14 Tampilan <i>Calendar of Content</i> Instagram Atourin.....	83
Gambar 4.15 Tampilan Rinci <i>Calendar of Content</i> Instagram Atourin .....	84
Gambar 4.16 Tampilan <i>Desk Task</i> Konten Instagram Atourin .....	99
Gambar 4.17 Konten <i>Original</i> Atourin .....	101
Gambar 4.18 Contoh Desain UI/IX Konten TOTAL .....	101
Gambar 4.19 Revisi <i>Copywriting Digital Marketing</i> .....	108
Gambar 4.20 Revisi <i>Design Creative Team</i> .....	109
Gambar 4.21 Revisi Isi Pesan Digital Marketing .....	110
Gambar 4.22 Data <i>Google Analytics Mobile Apps User</i> .....	115
Gambar 4.23 <i>Review</i> Aplikasi di Play Store dan App Store .....	115
Gambar 4.24 Data Pengguna Fitur <i>Itinerary Creator</i> .....	116

## **DAFTAR DIAGRAM**

Diagram 4.1 Waktu dan Jumlah Pengikut yang Aktif Per-jam di Instagram Atourin.. 71

Diagram 4. 2 Waktu dan Jumlah Pengikut yang Aktif Per-hari di Instagram Atourin. 72

## DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Fitur Utama Aplikasi Atourin .....	55
Bagan 4.2 Fitur Utama <i>Website</i> Atourin .....	61
Bagan 4.3 Penyusunan Konten TOTAL .....	88
Bagan 4.4 Proses Pembuatan Konten TOTAL .....	99
Bagan 4.5 Proses Perancangan <i>Campaign</i> TOTAL .....	106