

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan .....	5
D. Manfaat .....	5
E. Kerangka Pemikiran ( <i>Framework</i> ) .....	6
1. <i>Social Media Marketing</i> dalam Kajian Komunikasi Pemasaran .....	6
2. Implikasi <i>Audience Engagement</i> pada <i>Brand Relationship</i> .....	9
3. Media Sosial sebagai Media Komunikasi Astra Motor Jogjakarta .....	11
BAB II LAPORAN KEGIATAN/PRODUKSI .....	13
A. Pengantar .....	13
1. RWE sebagai Agensi Digital .....	13
2. Peran dan Kontribusi Penulis .....	13
3. <i>Design Thinking</i> dan <i>Workflow</i> .....	14
B. Gambaran Umum .....	17
C. <i>Media Review</i> .....	19
D. <i>Audience Pre-Research</i> .....	23
E. Pemetaan Masalah .....	26
F. Strategi Konten .....	27
1. Karakter Audiens Media Sosial .....	29
2. Rekomendasi Strategi .....	30
a) <i>Content Pillar</i> .....	32

b) <i>Content Diversification based on Channel</i> .....	33
c) <i>Content Improvement</i> .....	38
d) <i>Digital Activation</i> .....	42
BAB III EVALUASI .....	45
A. Refleksi dan Evaluasi Strategi terhadap Konsep .....	45
B. Kesimpulan dan Saran .....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	49
LAMPIRAN .....	51
A. Lampiran 1: Survei Audiens Media Sosial Astra Motor Jogjakarta .....	51
B. Lampiran 2: Proposal Rancangan Strategi Komunikasi Media Sosial Astra Motor Jogjakarta .....	55