

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	17
1.1 Latar Belakang Masalah	17
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	23
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Manfaat Penelitian	24
1.6 Lingkup Penelitian.....	24
BAB II LANDASAN TEORI.....	26
2.1 Landasan Teori.....	26
2.1.1 Ansoffmatrix – Strategi Produk-pasar.....	26
2.1.2 Segmentasi Demografi (<i>Demographic Segmentation</i>).....	30
2.1.3 <i>Content Marketing (CM)</i>	31
2.1.4 Marketing Metrics – Advertising, Media and Web Metrics.....	39
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	42

2.2.1 Aplikasi Pendekatan Ansoff Matrix dalam Strategi Pertumbuhan Sebuah Organisasi	42
2.2.2 Studi Kasus Penerapan <i>Content Marketing</i>	44
2.2.3 Penggunaan Media Sosial dan Penelitian tentang Web series Tropicana Slim	46
2.2.4 Penggunaan <i>Marketing Metrics</i> dalam menangkap media digital	48
2.3 Alur Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Desain Penelitian	50
3.2 Jenis Data	51
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4 Instrumen Penelitian	52
3.5 Metode Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Profil Perusahaan	56
4.2 Profil Narasumber.....	61
4.3 <i>Web series</i> Tropicana Slim	63
4.3.1 SORE.....	63
4.3.2 JANJI.....	65
4.4 Analisis Tahapan <i>Content Marketing Web series</i> dari Tropicana Slim..	68
4.4.1 Penentuan tujuan pembuatan <i>Content Marketing (Goal Setting)</i> ..	68
4.4.2 Pemetaan audiens (<i>audience mapping</i>)	72
4.4.3 Pemilihan ide dan perencanaan (<i>Content ideation and planning</i>). 75	
4.4.4 Pembuatan konten (<i>Content creation</i>)	81
4.4.5 Pendistribusian Konten (<i>Content distribution</i>).....	82
4.4.6 Pengamplifikasian konten (<i>Content Amplification</i>)	104

4.4.7 Pengevaluasian <i>Content Marketing (Content Marketing Evaluation)</i>	107
4.4.8 Perbaikan <i>Content Marketing (Content Marketing Improvement)</i>	142
4.5 Diskusi Pengembangan Segmen Pasar Tropicana Slim Sweetener	143
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	149
5.1 Simpulan	149
5.2 Saran Untuk Manajemen.....	153
5.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN	159