

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
CATATAN REVISI DOKUMEN.....	xv
INTISARI.....	1
ABSTRACT.....	2
RINGKASAN EKSEKUTIF.....	3
A. PENDAHULUAN	4
B. PROSES DESAIN DAN IMPLEMENTASI	6
1. PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL	6
1.1 Perancangan Pemasaran Digital Alian Butterfly Park	6
1.1.1. <i>Situation Analysis</i>	6
1.1.2. <i>Market Opportunity Analysis</i>	9
1.1.2.1. Penentuan Segmentasi Pasar.....	10
1.1.2.2. Penentuan Target Pasar	15
1.1.2.3. Penentuan Posisi Produk	15
1.1.3. Batasan	19
1.1.3.1. Pandemi Covid-19	19
1.1.3.2. Strategi Harga.....	20
1.1.3.3 Strategi Produk.....	21
1.1.4. <i>Sales Funnel</i>	22
1.1.4.1. Tahapan <i>Sales Funnel</i>	23
1.1.4.2. Penentuan <i>Sales Funnel</i> Sebagai Tolak Ukur Kampanye Pemasaran.....	24
1.2. Perencanaan Implementasi Pemasaran.....	25
1.2.1. Media Pemasaran: Instagram	25
1.2.2. <i>User Touchpoint</i> Instagram Alian Butterfly Park	25
1.2.3. Media Pemasaran: <i>Website</i>	28
1.2.4. <i>User Touchpoint Website</i> Alian Butterfly Park	28
1.2.5. Media Pemasaran: <i>Google My Business</i>	30
1.2.6. <i>User Touchpoint Google My Business</i> Alian Butterfly Park	30
1.2.7. <i>Integrated User Touchpoint</i>	32
2. DESAIN PERANCANGAN SISTEM	34
2.1. <i>Website</i>	34
2.1.1. <i>Use case Diagram</i>	34
2.1.2. Skenario <i>Use case</i>	34
2.1.2.1. Skenario <i>Use case</i> Untuk Pengunjung.....	35

2.1.2.2. Analisis <i>Use case</i> Scenario untuk <i>Actors</i> Pengelola.....	37
2.1.3. <i>Data Flow</i> Diagram.....	41
2.1.4. Perancangan Skema Halaman <i>Website</i> Alian Butterfly Park.....	42
2.1.4.1. Halaman <i>Home Website</i> Alian Butterfly Park.....	42
2.1.4.2. Halaman Galeri <i>Website</i> Alian Butterfly Park	43
2.1.4.3. Halaman <i>Event Website</i> Alian Butterfly Park	43
2.1.4.4. Halaman Musim Kupu-Kupu <i>Website</i> Alian Butterfly Park	43
2.1.4.5. Halaman Kontak <i>Website</i> Alian Butterfly Park.....	44
2.1.4.6. Halaman Artikel <i>Website</i> Alian Butterfly Park.....	44
2.1.5. Pengembangan <i>User Interface</i>	44
2.1.5.1. <i>Wireframe Website</i> Alian Butterfly Park Versi 1	44
2.1.5.2. <i>High Fidelity User Interface Website</i> Alian Butterfly Park Versi 1.....	47
2.1.5.3. <i>Wireframe Website</i> Alian Butterfly Park Versi 2	49
2.1.5.4. <i>High Fidelity User Interface Website</i> Alian Butterfly Park Versi 2.....	54
2.2. Instagram	58
2.2.1. Identifikasi Ukuran Kesuksesan.....	58
2.2.2. Pembuatan Konten Instagram Alian Butterfly Park.....	60
1.2.4.2. Pos Feed Instagram Alian Butterfly Park	60
2.2.2.2. <i>Story</i> Instagram Alian Butterfly Park	60
2.2.2.3. <i>Story Highlight</i> Instagram Alian Butterfly Park.....	61
2.2.2.4. <i>Repost</i> Konten Audiens Instagram Alian Butterfly Park.....	61
2.3. <i>Google My Business</i>	62
2.3.1. Memperbarui Informasi Perusahaan	62
2.3.2. Pos Foto Resmi Alian Butterfly Park.....	63
2.3.3. Menanggapi Pelanggan.....	63
2.3.3.1. Menanggapi <i>Review</i>	63
2.3.3.2. Menanggapi Pertanyaan	64
3. IMPLEMENTASI SISTEM	64
3.1. <i>Website</i>	64
3.1.1. Pembuatan <i>Website</i>	64
3.1.1.1. Melakukan <i>login</i> ke cPanel Hosting.....	64
3.1.1.2. Konfigurasi Softaculous Apps Installer.....	65
3.1.1.3. Memilih <i>Content Management System</i> (CMS) Wordpress	66
3.1.1.4. Konfigurasi Wordpress.....	67
3.1.2. Melakukan Riset <i>Keyword</i>	70
3.1.2.1. Riset <i>Keyword</i> Terkait Alian butterfly Park.....	70
3.1.2.2. Riset <i>Keyword</i> Terkati <i>Longtail</i> SEO.....	72
3.1.3. Langkah Pembuatan Konten yang Dimuat di <i>Website</i> Alian Butterfly Park.....	73
3.1.3.1. Membuat Konten Berkualitas	73
3.1.3.2. Buat konten dengan topik dan informasi historis yang relevan	74
3.1.3.3. Optimaliasi <i>Header Tag</i>	76
3.1.3.4. Tambahkan HTTPS ke Situs.....	76
3.1.3.5. Menargetkan <i>Longtail Keyword</i>	77
3.1.4. Melakukan Optimasi <i>Website</i>	78

3.1.4.1.	Menginstal <i>Plugin</i> SEO Wordpress.....	79
3.1.4.2.	Menggunakan <i>Search Engine Visibility</i>	80
3.1.4.3.	Mengatur Struktur Permalink	81
3.1.4.4.	Menggunakan <i>Plugin</i> Untuk Optimasi URL Permalink	82
3.1.4.5.	Menambahkan Situs ke <i>Google Search Console</i>	82
3.1.4.6.	Mengintegrasikan Google Analytic.....	84
3.1.4.7.	Menambahkan Sitemap ke Google.....	85
3.1.4.8.	Menggunakan <i>Plugin</i> Pengaturan <i>Cache</i>	86
3.1.4.9.	Mengoptimasi Gambar di <i>Website</i> Wordpress: Melakukan Kompresi Gambar.....	87
3.1.4.10.	Membuat <i>Plugin</i> Custom HTML yang Memuat Gambar.....	89
3.1.4.11.	Menggunakan Hosting Yang Cepat.....	90
3.1.4.12.	Memperbaiki Tautan Yang Rusak.....	91
3.2	Sosial Media Instagram.....	92
3.2.1.	Menggunakan Akun Instagram Bisnis.....	92
3.2.2.	Menggunakan <i>Username</i> yang Mudah Dikenali.....	93
3.2.3.	Menggunakan Foto Profil yang Merepresentasikan Bisnis.....	93
3.2.4.	Menulis Bio yang Informatif.....	94
3.2.5.	Menerapkan <i>Call To Action</i> (CTA)	94
3.2.6.	Memasukkan Link di Bawah CTA	94
3.2.7.	Optimasi Pos Feed Instagram Alian Butterfly Park	95
3.2.7.1.	Pos Edukasi.....	96
3.2.7.2.	Pos Hari Peringatan.....	96
3.2.7.3.	Pos Ulang Konten Pelanggan.....	97
3.2.7.4.	Pos Keterkaitan dengan <i>Key Opinion Leader</i> (KOL)	98
3.2.7.5.	Pos Kegiatan di Alian Butterfly Park	98
3.2.7.6.	Pos Wahana dan Koleksi Alian Butterfly Park	99
3.2.7.7.	Pos <i>Fun Fact</i>	100
3.2.7.8.	Pos Pengumuman.....	100
3.2.8.	<i>Story Highlight</i> Instagram Alian Butterfly Park	101
3.2.8.1.	<i>Highlight</i> Testimoni.....	101
3.2.8.2.	<i>Highlight</i> Info	102
3.2.8.3.	<i>Highlight</i> Repost.....	103
3.2.8.4.	<i>Highlight</i> Koleksi Alian Butterfly Park	103
3.2.8.5.	<i>Highlight</i> Wahana Alian Butterfly Park	104
3.2.9.	<i>Promote</i> Instagram	105
3.3	Google My Business.....	105
3.3.1.	Melengkapi Deskripsi Bisnis.....	106
3.3.2.	Melengkapi Foto	106
3.3.3.	Melengkapi Jam Operasional.....	107
C.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	108
1.	Strategi Pemasaran.....	108
1.1.	Analisis <i>User Touchpoints</i>	108
1.1.1	<i>User Touchpoints</i> Instagram	108

1.1.2	<i>User Touchpoints Website</i>	109
1.1.3	<i>User Touchpoints Google My Business</i>	110
1.2.	Peran Pemasaran Alian Butterfly Park Selama Pandemi COVID-19	112
1.2.1.	Peningkatan <i>Engagement</i>	112
1.2.2.	Menambah Eksistensi Digital.....	113
1.2.3.	Meningkatkan Nilai Kompetitif Dengan Pesaing Bisnis Dalam Media Digital .	113
1.2.4.	Sebagai Langkah Awal Pemasaran Pasca Pandemi COVID-19.....	114
2.	<i>Website</i>	114
2.1.	<i>Analisis Use Case</i>	114
2.1.1.	<i>Analisis Use Case Website</i> Untuk Pengunjung.....	115
2.1.2.	<i>Analisis Use Case Scenario</i> untuk <i>Actors</i> Pengelola	116
2.2.	<i>System Testing</i>	117
2.2.1.	<i>System Testing</i> Sisi Pengguna	117
2.2.2.	<i>System Testing</i> Sisi Pengelola	117
2.3.	Hasil dan Analisis <i>Search Engine Result Page</i>	118
2.3.1.	Hasil <i>Search Engine Result Page</i> Alian Butterfly Park.....	118
2.1.3.1.	Instagram Alian Butterfly Park	119
2.1.3.2.	<i>Website</i> Alian Butterfly Park	119
2.3.2.	Analisis <i>Search Engine Result Page</i> Alian Butterfly Park	121
2.3.3.	Hasil Optimasi SEO <i>Longtail Keyword</i>	126
3.	<i>Analisis Google Adword</i>	128
4.	<i>Analisis Optimasi Kecepatan Website</i>	135
4.1.	Kecepatan <i>Website</i> Alian Butterfly Park Sebelum Optimasi	135
4.2.	Kecepatan <i>Website</i> Alian Butterfly Park Setelah Optimasi.....	137
5.	<i>Analisis Kunjungan Website</i> Alian Butterfly Park	139
6.	<i>Analisis Hasil Pemasaran Profil Instagram</i> Alian Butterfly Park	145
7.	<i>Analisis Promosi Facebook Ads</i> dan <i>Instagram Ads</i>	147
7.1.	Iklan Konten Instagram.....	148
7.2.	Iklan Konten Facebook	149
8.	<i>Analisis Google My Business</i>	150
9.	Pengujian Fungsional.....	150
10.	<i>Live Testing</i>	153
11.	Ulasan Keberhasilan Pemasaran Digital dari Pengelola Alian Butterfly Park.....	157
D.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	160
1.	Kesimpulan.....	160
2.	Saran.....	160



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI MEDIA PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS ALIAN**

**BUTTERFLY PARK: Pemasaran Berbasis Website untuk Meningkatkan Brand Awareness Alian
Butterfly Park**

HIBATUL GHAZI Z, Adhistya Erna Permanasari, S.T., M.T., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

REFERENSI	161
LAMPIRAN.....	166
Lampiran 1. Tabel RACI Pembagian Tugas <i>Capstone</i> Alian Butterfly Park	166
Lampiran 2. Kunjungan Pengunjung Segala Umur.....	167
Lampiran 3. Riset <i>Keyword</i> Terkait Strategi <i>Longtail</i> SEO.....	169
Lampiran 4. URL 520 <i>Backlink Website</i> Alian Butterfly Park	175
Lampiran 5. <i>Backlink</i> Web 2.0 Alian Buterfly Park.....	211
Lampiran 6. Bukti Penelusuran SERP dari hasil strategi <i>longtail keyword</i>	216
Lampiran 7. Aspek Optimasi Sebelum dan Sesudah Optimasi <i>Website</i> Alian Butterfly Park...	219
Lampiran 8. <i>Test Case</i> Yang Menunjukkan Hasil <i>Blackbox Testing</i>	223