

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Kerangka Teori.....	9
1.5.1 The Social Media Strategy Wheel.....	9
1.5.2. Brand Awariness.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Strategi.....	15
2.2 Konten.....	17
2.3. Media Sosial.....	18
2.4 Instagram.....	20
2.5. Penelitian Terdahulu.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Objek Penelitian.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Wawancara (<i>Interview</i>).....	28
3.3.2 Observasi.....	29

3.3.3 Dokumentasi	29
3.4 Teknik Analisis Data.....	30
3.4.1 Reduksi Data	30
3.4.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	31
3.4.3 Verifikasi dan kesimpulan (<i>Conclusion Drawing and Verification</i>).....	31
3.4.4 Keabsahan Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Perusahaan Mia Glansie.....	33
4.1.2 Identitas Perusahaan.....	35
4.1.2.1 Visi dan Misi	35
4.1.2.2 Profil Perusahaan	35
4.1.3 Produk Mia Glansie	36
4.1.3.1 Lopyu Tomat Serum	36
4.1.3.2 Permen Tutu Frutti	37
4.1.3.3 Laboe Sinderela Toner	38
4.1.3.4 Jamboe Teduh Essence Toner	38
4.1.3.5 Alpokad Memikad Essence Toner	39
4.1.4 Hasil Penelitian (<i>Media Wheel</i>)	40
4.1.5 Startegi Sosial Media Wheel Mia Glansie	40
4.1.5.1 Audit, Research & Discovery	40
4.1.5.2 Goals Objective dan Budgeting	43
4.1.5.3 Tracking and Monitoring Strategy.....	50
4.1.5.4 Distribution/Channel Strategy.....	54
4.1.5.5 Comunication/Content Optimization Strategy.....	58
4.1.5.6 Engagement Strategy	62
4.1.5.7 Measurement Strategy	65
4.1.6. Brand Awarness Mia Glansie	66
4.1.7 Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 8 Kategori Barang Dan Jasa Yang Pertumbuhannya Paling Tinggi Di Bidang e-commerce

Gambar 1.2 Social Blade Mia Glansie dan Bloomka

Gambar 1.3 Produk Skincare Mia Glansie

Gambar 1.4 Social Media Strategy Wheel

Gambar 1.5 Piramida *brand awarness*

Gambar 4.1 Play Bar Mia Glansie

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Mia Glansie

Gambar 4.3 Serum Tomat

Gambar 4.4 Reusable Cotton Pads

Gambar 4.5 Laboe Cinderella Toner

Gambar 4.6 Jamboe Teduh Essence Toner

Gambar 4.7 Alpokad Memikad Essence Toner

Gambar 4.8 Rebranding Mia Glansie

Gambar 4.9 Skincare Somethinc dan Bloomka

Gambar 5.0 Metode SMART

Gambar 5.1 Model Mia Glansie

Gambar 5.2 Konten Mia Glansie Bulan Desember

Gambar 5.3 BuzzSumo

Gambar 5.4 Caption Postingan Mia Glansie

Gambar 5.5 Konten Instagram Mia Glansie

Gambar 5.6 Shopee Mia Glansie

Gambar 5.7 Tokopedia Mia Glansie

Gambar 5.8 Konten Story Telling

Gambar 5.9 Campaign Mia Glansie

Gambar 6.0 Konten *bareface challenge*

Gambar 6.1 Konten *Entertaint*

Gambar 6.2 Konten Pengenalan Produk

Gambar 6.3 Konten *Question and answer*

Gambar 6.4 Konten *tips and trick*