

ABSTRAK

Cafe Streetline pertama kali dibuka pada bulan November 2018, dengan menawarkan produk coffee dan makanan. Banyak hal yang diterapkan untuk menentukan strategi *Digital Marketing* yang tepat dan efektif untuk menjangkau pelanggan potensial. Oleh karena itu, hal yang menjadi permasalahan pada Cafe Streetline kurangnya strategi pemasaran dalam bentuk *online marketing*. Strategi pemasaran yang diterapkan yaitu penerapan *digital marketing* dengan membuat *Website* dan juga mengembangkan *Instagram* dari Café Streetline tersebut. Penelitian yang dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa penerapan strategi pemasaran yang ada pada Cafe Streetline meningkat dan sudah cukup baik karena adanya penerapan *digital marketing* tersebut. Adapun beberapa saran yang diberikan untuk pengembangan Cafe Streetline yaitu, pemasaran produk melalui content marketing dan juga video marketing, dan perluasan pelayanan dan terus meningkatkan promosi.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Pemasaran, Strategi Pemasaran, *Content Marketing*, *Video Marketing*



ABSTRACT

Streetline Cafe was first opened in November 2018, offering coffee and food products. Many things are applied to determine the right and effective Digital Marketing strategy to target potential customers. Therefore, the problem with Cafe Streetline is the lack of marketing strategies in the form of online marketing. The marketing strategy adopted is the application of digital marketing by creating a Website and also developing Instagram from the Street Street Café. The research conducted concluded that the application of marketing strategies in Cafe Streetline increased and was quite good because of the application of digital marketing. As for some suggestions given for the development of Cafe Streetline namely, product marketing through content marketing as well as video marketing, and expanding services and continuing to increase promotion..

Keywords: Digital Marketing, Marketing. Marketing Strategy, Content Marketing, Video Marketing.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR NOTASI/ LAMBANG.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Pembahasan	2
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Sumber Data.....	3
BAB 2 KAJIAN TEORI	4
2.1 Konsep Dasar <i>Social Media Marketing</i>	4
2.2 <i>Search Engine Optimization (SEO)</i>	5
2.3 <i>Social Media Instagram</i>	6
2.3.1 <i>Social Media Marketing</i>	7

2.4 Content Marketing	9
BAB 3 ANALISIS	11
3.1 Profil Perusahaan	11
3.2 Proses Bisnis Pembuatan Materi Social Media.....	11
3.3 Rancangan Situs Web	12
3.4 SEO	17
3.4.1 Penerapan SEO.....	17
3.4.2 Google Analytics pada Website	18
3.5 Analisis Social Media	21
3.5.1 Analisis Instagram	21
3.5.2 Periode Agustus – November – Desember 2019	21
3.5.3 Periode Febuari 2020 – April 2020	27
3.5.4 Aktivitas pada Website Café Streetline.....	34
3.5.5 Goals	36
3.5.6 Segmentation and Targeting	37
3.5.7 Positioning	37
3.5.8 Engagement.....	37
3.5.9 Integrated	38
3.5.10 Digital Marketing yang digunakan untuk optimalisasi.....	38
3.5.11 Presentasi pengunjung dan Penjualan Produk.....	40
BAB 4 Hasil Penelitian	42
4.1 Campaign Instagram dan Website	42
4.1.1 Hasil Campaign Febuari 2020.....	42
4.1.2 Hasil Campaign Kedua Maret 2020	44
4.2 Analisis website menggunakan Google Analytics.....	47
4.3 Analisis Total Klik dan Total Tayangan	47

4.4 Periode Febuari – Maret 2020.....	47
4.5 Periode Maret – April 2020	48
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	1

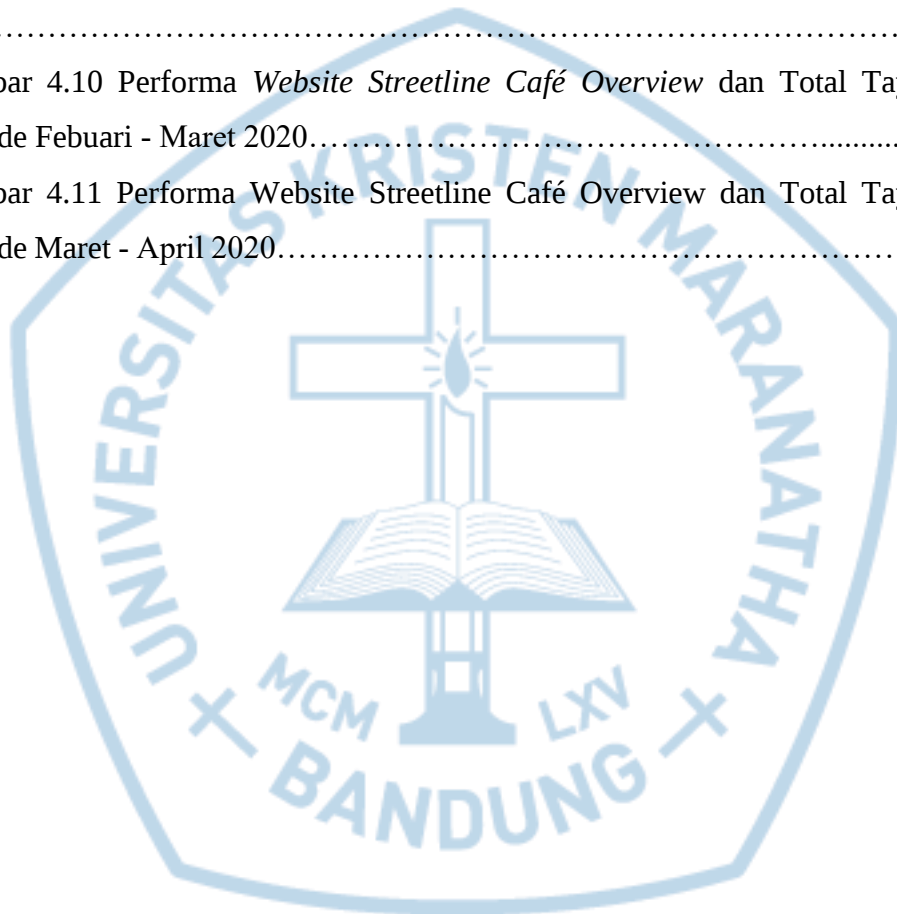


DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses Bisnis <i>Pembuatan Website dan Social Media</i>	13
Gambar 3.2 Halaman <i>Home</i>	13
Gambar 3.3 Halaman <i>About Us</i>	13
Gambar 3.4 Halaman <i>Menu Makanan dan Minuman</i>	14
Gambar 3.5 Halaman <i>Lokasi dan Contact</i>	14
Gambar 3.6 Pembuatan Artikel untuk <i>Webiste</i>	15
Gambar 3.7 Artikel Cara membuat <i>cappucino</i> dengan mesin kopi.....	16
Gambar 3.8 Artikel Kopi Arabika dan Robusta.....	17
Gambar 3.9 Artikel Kopi <i>Vietnam Drip</i> adalah.....	18
Gambar 3.10 Artikel tentang Mamfaat kopi bagi jantung.....	19
Gambar 3.11 Penerapan <i>SEO</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	20
Gambar 3.12 Audience pada <i>Website Café Streetline</i>	23
Gambar 3.13 Akuisisi Overview Analytics.....	24
Gambar 3.14 <i>Google Analytics Mobile</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	25
Gambar 3.15 <i>Google Analytics User by time of day</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	28
Gambar 3.16 <i>Google Analytics Active User</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	29
Gambar 3.17 <i>Instagram</i> <i>Café Streetline</i>	31
Gambar 3.18 <i>Instagram</i> Insight tab Activity.....	31
Gambar 3.19 <i>Instagram</i> Insight tab Audience bagian Gende & Followers.....	33
Gambar 4.1 Pengunjung <i>Instagram</i> Periode Febuari 2020.....	34
Gambar 3.1 Proses Bisnis <i>Pembuatan Website dan Social Media</i>	13
Gambar 3.2 Halaman <i>Home</i>	13
Gambar 3.3 Halaman <i>About Us</i>	13
Gambar 3.4 Halaman <i>Menu Makanan dan Minuman</i>	14
Gambar 3.5 Halaman <i>Lokasi dan Contact</i>	14
Gambar 3.6 Pembuatan Artikel untuk <i>Webiste</i>	15
Gambar 3.7 Artikel Cara membuat <i>cappucino</i> dengan mesin kopi.....	16

Gambar 3.8 Artikel Kopi Arabika dan Robusta.....	17
Gambar 3.9 Artikel Kopi <i>Vietnam Drip</i> adalah.....	18
Gambar 3.10 Artikel tentang Mamfaat kopi bagi jantung.....	19
Gambar 3.11 Penerapan <i>SEO</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	20
Gambar 3.12 Audience pada <i>Website Café Streetline</i>	23
Gambar 3.13 Akuisisi Overview Analytics.....	24
Gambar 3.14 <i>Google Analytics Mobile</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	25
Gambar 3.15 <i>Google Analytics User by time of day</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	28
Gambar 3.16 <i>Google Analytics Active User</i> pada <i>Website Café Streetline</i>	29
Gambar 3.17 <i>Instagram</i> Café Streetline.....	31
Gambar 3.18 <i>Instagram</i> Insight tab Activity.....	31
Gambar 3.19 <i>Instagram</i> Insight tab Audience bagian Gende & Followers.....	33
Gambar 4.1 Pengunjung <i>Instagram</i> Periode Febuari 2020.....	34
Gambar 4.2 <i>Customer</i> yang datang berbelanja di <i>Café Streetline</i> Periode Febuari 2020	34

Gambar 4.3 <i>Action</i> yang dilakukan oleh Pengunjung <i>Instagram</i>	34
Gambar 4.4 <i>Impression</i> yang dilakukan oleh Pengunjung <i>Instagram</i>	35
Gambar 4.5 Pengunjung <i>Instagram</i>	36
Gambar 4.6 <i>Growth</i> Statistik Pengunjung <i>Instagram</i>	37
Gambar 4.7 <i>Action</i> yang diberikan Pengunjung <i>Instagram</i>	38
Gambar 4.8 <i>Customer</i> yang datang berbelanja di Café Periode Maret 2020.....	40
Gambar 4.9 <i>Instagram Feed Impression</i> dari Pengunjung <i>Instagram</i> bulan Maret 2020.....	41
Gambar 4.10 Performa <i>Website Streetline Café Overview</i> dan Total Tayangan Periode Febuari - Maret 2020.....	42
Gambar 4.11 Performa <i>Website Streetline Café Overview</i> dan Total Tayangan Periode Maret - April 2020.....	42

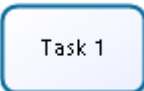


DAFTAR TABEL

3-1 Tabel Content, Advertise, Promotion, Endorse, GoogleAds.....	11
3-4 Tabel Analysis Followers dan Post.....	12
3-5 Tabel Target dan Goals.....	



DAFTAR NOTASI/ LAMBANG

Jenis	Notasi/ Lambang	Nama	Arti
BPMN		<i>Sequence Flow</i>	Menunjukkan urutan aktivitas yang akan dilakukan dalam sebuah proses bisnis.
		<i>Start Event</i>	Awal dari proses
		<i>End Event</i>	Proses berakhir
		<i>Task</i>	Merupakan sebuah elemen yang digunakan untuk melakukan sebuah tugas dalam proses bisnis
		<i>Gateway</i>	Elemen yang digunakan untuk mengatur sebuah proses bisnis
		<i>Pool</i>	Sebuah wadah untuk menempatkan proses bisnis

Referensi:

Notasi/ Lambang BPMN 2.0 dari Object Management Group

DAFTAR SINGKATAN

Adv	Advertise
IG	Instagram
FB	Facebook
Web	Website



DAFTAR ISTILAH

Advertise	Sebuah iklan terhadap produk yang akan di promosikan
Video Marketing	Mempromosikan sebuah produk melalui video
Content Marketing	Mempromosikan sebuah produk melalui konten

