DAFTAR ISI

ABSTRACT i
ABSTRAK ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 8
1.3 Batasan Masalah 8
1.4 Rumusan Masalah 8
1.5 Tujuan Penelitian 9
1.6 Manfaat Penelitian 9
BAB II 10
KAJIAN PUSTAKA 10
2.1 Kajian Teoritis 10
2.1.1 Pemasaran (Marketing) 10
2.1.2 Pemasaran Digital (Digital Marketing) 12
2.1.3 Media Sosial 18
2.1.4 Content Marketing 21
2.1.5 Artificial Intelligence (AI) dalam Digital Marketing 28
2.1.6 Engagement 31
2.2 Penelitian Terdahulu 33
2.3 Kerangka Konseptual 37
BAB III 38
METODE PENELITIAN 38
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 38
3.2 Jenis Penelitian 38
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 39
3.3.1 Subjek Penelitian 39
3.3.2 Objek Penelitian 39
3.4 Prosedur dan Rancangan Penelitian 40
3.4.1 Tahap Persiapan dan Perancangan 40
3.4.2 Tahap Implementasi dan Eksekusi 41
3.4.3 Tahap Evaluasi dan Laporan 41

3.5 Prosedur dan Rancangan Strategi Content Marketing..... 42
3.6 Teknik Pengumpulan Data..... 45
3.7 Teknik Analisis Data..... 46
3.8 Model Pengukuran..... 48
3.9 Keabsahan Penelitian..... 49
BAB IV..... 49
PEMBAHASAN..... 49
4.1 Evaluasi dan Dinamika Performa Konten.....49
4.1.1 Model Pengukuran (Setelah Implementasi).....49
4.2 Pembahasan Implementasi Strategi Content Marketing Berbasis AI..... 54
4.2.1 Goal Setting (Penetapan Tujuan)..... 54
4.2.2 Audience Mapping (Pemetaan Target Audiens)..... 55
4.2.3 Content Ideation and Planning (Ideasi dan Perencanaan Konten).... 56
4.2.4 Content Creation (Produksi Konten).....58
4.2.5 Content Distribution (Distribusi Konten).....60
4.2.6 Content Amplification (Amplifikasi Konten)..... 61
4.2.7 Content Marketing Evaluation (Evaluasi Pemasaran Konten).....62
4.2.8 Content Making Improvement (Pengembangan Berkelanjutan).....74
BAB V.....76
KESIMPULAN DAN SARAN..... 76
5.1 Kesimpulan..... 76
5.2 Saran.....77
5.2.1 Saran untuk Usaha.....77
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya..... 77
DAFTAR PUSTAKA.....78
LAMPIRAN.....85

THE Character Building UNIVERSITY