DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **ii**
ABSTRACT ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Batasan Masalah 6
1.4 Rumusan Masalah 6
1.5 Tujuan Penelitian 7
1.6 Manfaat Penelitian 7
BAB II KAJIAN PUSTAKA **9**
2.1 Kajian Teori 9
2.1.1 Teori Dasar yang Digunakan 9
2.1.1. Grand Theory: Teori Content Marketing 10
2.1.2. Desain Konten Video 11
2.1.3. Konten 20
2.1.4. Konten Video 24
2.1.5. Model Waterfall 26
2.2 Penelitian Terdahulu 29
2.3 Kerangka Berpikir 32
BAB III METODE PENELITIAN **36**
3.1 Lokasi dan waktu penelitian 36
3.2 Jenis Penelitian 36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 36
3.3.1. Subjek Penelitian 36
3.3.2. Objek Penelitian 37
3.4 Prosedur dan Rancangan Penelitian 37

3.5 Teknik Pengumpulan Data 39
3.6 Instrumen Penelitian 40
3.7 Teknis Analisis Data 41
3.8 Model Pengukuran 43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 45
4.1 Profil Akun Marbelitaaa 45
4.2 Hasil Penelitian 48
4.2.1. Studi awal 48
4.2.2. Perancangan & Desain Konten 51
4.2.3. Implementasi (Produksi Konten) 54
4.2.4. Evaluasi ahli 57
4.2.5. Penyempurnaan dan hasil konten 59
4.3 Penilaian kualitas konten 60
4.3.1. Penilaian ahli digital marketing 61
4.3.2. Penilaian ahli media 62
4.3.3. Penilaian kedua ahli 63
4.4 Indikator Keberhasilan 64
4.4.1. Performa Konten Sebelum Pengembangan 68
4.4.2. Performa Konten Sesudah Pengembangan 68
4.4.3. Indikator Keberhasilan Pengembangan Konten Video 69
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian 70
4.5.1. Evaluasi Kualitas Desain Konten Video pada Akun Shopee Marbelitaaa 70
4.5.2. Pengembangan Konten Video sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital 71
4.5.3. Dampak Pengembangan Konten Video terhadap Engagement Audiens 72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 74
5.1 KESIMPULAN 74
5.2 SARAN 75
DAFTAR PUSTAKA 72