

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR SIMBOL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan .....	5
1.3.1 Maksud Penelitian.....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Batasan Masalah .....	6
1.5 Metodologi Penelitian.....	7
1.5.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.5.2 Tinjauan Pustaka.....	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.5.4 Analisis Kebutuhan.....	9
1.5.5 Metode Pengembangan Sistem.....	10
1.5.6 Desain Sistem .....	11
1.5.7 Implementasi Sistem dan Testing .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Marketing .....	14
2.1.1 Tujuan Marketing .....	14
2.1.2 Keuntungan Marketing .....	14
2.2 Engagement .....	15

2.2.1	Jenis-jenis Engagement.....	15
2.2.2	Pentingnya Engagement .....	16
2.3	Pengenalan Panel Social Media Marketing .....	16
2.3.1	Manfaat Penggunaan Panel Social Media Marketing.....	16
2.3.2	Cara Kerja Panel Social Media Marketing .....	17
2.4	Media sosial .....	18
2.4.1	Karakteristik Media sosial .....	18
2.4.2	Aplikasi – aplikasi Media sosial .....	19
2.4.3	Social Media Marketing.....	21
2.4.4	Viral Marketing.....	21
2.5	Instagram .....	21
2.5.1	Fitur-fitur Instagram .....	23
2.6	Landasan Teori .....	24
2.6.1	Website .....	24
2.6.2	UML ( <i>Unified Modelling Language</i> ) .....	24
2.6.3	Use Case Diagram .....	25
2.6.4	Activity Diagram .....	27
2.6.5	Sequence Diagram .....	28
2.6.6	Aplikasi.....	29
2.6.7	Web Service.....	30
2.6.8	Codeigniter.....	30
2.6.9	HTML.....	30
2.6.10	CSS .....	31
2.6.11	PHP.....	31
2.6.12	JSON.....	31
2.6.13	MySQL .....	32
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Analisis Sistem .....	33
3.2	Analisis Masalah.....	34
3.3	Analisis Sistem Yang Dibangun.....	37
3.4	Analisis Aplikasi Sejenis .....	38

3.4.1	D-Media .....	39
3.4.2	IrvanKade SMM .....	40
3.5	Analisis Kebutuhan .....	41
3.5.1	Engagement rate social media .....	41
3.5.2	Mapping fitur media sosial terhadap engagement rate .....	43
3.5.3	Strategi meningkatkan engagement media sosial .....	44
3.5.4	Nama dan Logo Aplikasi .....	45
3.5.5	Whatsapp Web JS .....	46
3.5.6	Payment Gateway .....	48
3.5.7	API Panel Social Media Marketing .....	48
3.5.8	API Instagram .....	54
3.6	Analisis Aplikasi Yang Dibangun .....	57
3.7	Analisis Harga Layanan .....	59
3.8	Perancangan Sistem .....	60
3.9	Analisis Arsitektur Sistem .....	62
3.10	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional .....	63
3.10.1	Daftar Kebutuhan Non-Fungsional .....	63
3.10.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional Perangkat Lunak .....	63
3.10.3	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional Perangkat Keras .....	64
3.10.4	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional Perangkat Pikir .....	66
3.11	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	67
3.11.1	Daftar Kebutuhan Fungsional .....	68
3.11.2	Use Case Diagram .....	68
3.11.3	Activity Diagram .....	81
3.11.4	Class Diagram .....	92
3.11.5	Sequence Diagram .....	97
3.11.6	Struktur Menu .....	102
3.11.7	Perancangan Antarmuka .....	102
3.11.8	Perancangan Pesan .....	107
3.11.9	Jaringan Sematik .....	107
BAB IV PENGUJIAN DAN IMPLEMENTASI .....		108

4.1	Implementasi Sistem.....	108
4.1.1	Implementasi Perangkat Lunak .....	108
4.1.2	Implementasi Perangkat Keras .....	108
4.1.3	Implementasi Teknologi Yang Digunakan .....	109
4.1.4	Implementasi Data .....	131
4.1.5	Implementasi Antarmuka.....	135
4.2	Pengujian Sistem.....	142
4.2.1	Pengujian Sistem Perangkat Lunak Web .....	143
4.2.2	Hasil Pengujian Sistem Perangkat Lunak Web .....	145
4.3	Pengujian Hasil Beta.....	167
4.3.1	Skenario Pengujian Beta.....	167
4.3.2	Perhitungan Hasil Kuesioner .....	169
4.3.3	Kesimpulan Hasil Pengujian.....	174
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		176
5.1	Kesimpulan .....	176
5.2	Saran .....	176
DAFTAR PUSTAKA .....		177