DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI iii
HALAMAN ORISINALITAS iv
KATA PENGANTAR v
INTISARI viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
DAFTAR GRAFIK xv

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 10
C. Tujuan Penelitian 10
D. Manfaat Penelitian 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
A. Tinjauan Pustaka terkait Permasalahan 12
1. Strategi Promosi 12
2. EPIC Model 12
B. Tinjauan Pustaka terkait Karya 14
1. Strategi Promosi 14
2. Video Promosi 15
3. Pemasaran Media Sosial 17
4. Desa Digital 17
C. Penelitian Terdahulu 18
D. Kerangka Pikir 22

BAB III METODE PENELITIAN 25
A. Prosedur Penelitian 25
1. Lokasi Penelitian 25
2. Pelaksanaan Penelitian 25
B. Desain Data Penelitian 26
1. Metode Penelitian 26
2. Sumber Data 26
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data 27
4. Teknik Pengelolaan Data 28
5. Rencana Aksi 29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 31
A. Hasil 31
1. Identitas dan Ringkasan 31
2. Analisis masalah 32
3. Pendekatan Strategis 35
4. Pelaksanaan dan Penerapan 41
5. Dampak Sebelum dan Sesudah 64
6. Evaluasi Efektivitas Keseluruhan 71
B. Pembahasan 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 82
A. Kesimpulan 82
B. Rekomendasi 82

DAFTAR PUSTAKA 84
LAMPIRAN 86