

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Strategi Komunikasi.....	25
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	25
2.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi.....	26
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	30
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	32
2.4 Bauran Promosi.....	33
2.5 Penggunaan Media Baru di Indonesia.....	37
2.6 Penelitian Terdahulu.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Objek Penelitian.....	46
3.3 Lokasi Penelitian.....	46
3.4 Sumber Data.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6 Validitas Data.....	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum.....	53
4.1.1 Sejarah Livaza.com.....	53
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan.....	55
4.1.4 Gambaran Umum Website Livaza.com.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Segmentasi, Targetting, Positioning, dan Pesaing.....	66
4.2.2 Strategi Marketing Communication Livaza.com.....	69

4.2.3 Tanggapan Konsumen dan Calon Konsumen	94
4.3 Pembahasan	97
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Pengguna Internet	2
Gambar 1.2 Data Statistik Pertumbuhan Penjualan <i>E-commerce</i>	4
Gambar 1.3 Presentase Penjualan Livaza.com	7
Gambar 1.4 Diagram <i>Pomotional Mix</i>	15
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran	30
Gambar 2.2 Data Statistik Pengguna Internet	38
Gambar 2.3 Data Statistik Pengguna Internet	39
Gambar 2.4 Data Statistik Penggunaan Internet	40
Gambar 2.5 Data Statistik Penggunaan Media Sosial	41
Gambar 4.1 Logo Livaza.com	53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Livaza.com	55
Gambar 4.3 Tampilan Iklan <i>Popup</i> Website Livaza.com	60
Gambar 4.4 Halaman <i>Home</i> Website Livaza.com	60
Gambar 4.5 Halaman <i>Featured Products</i> Website Livaza.com	62
Gambar 4.6 Halaman <i>Best Seller</i> Website Livaza.com	63
Gambar 4.7 Halaman <i>Blog</i> Website Livaza.com	64
Gambar 4.8 Halaman <i>Blog</i> Website Livaza.com	65
Gambar 4.9 Perencanaan <i>Marketing Communication</i> Livaza.com	71
Gambar 4.10 Iklan Produk Bantal Indomie	74
Gambar 4.11 Iklan Tetarium Workshop	75
Gambar 4.12 Iklan Livaza.com Serba <i>100ribuan</i>	76
Gambar 4.13 Iklan Kuis <i>Living Room Make Over</i>	77
Gambar 4.14 Iklan <i>Kitchen Decoration</i>	78
Gambar 4.15 Halaman <i>Login</i> Livaza.com	88
Gambar 4.16 Halaman <i>Blog</i> Livaza.com	89
Gambar 4.17 Model <i>Marketing Communication</i> Livaza.com	102
Gambar 4.18 Konsep Generik Strategi <i>Marketing Communication</i> Livaza.com	113