

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xvi
<b>ABSTRAK</b> .....	xvii
<b>ABSTRACT</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Secara Akademis .....	6
1.4.2. Secara Praktis .....	6
1.5. Kerangka Konsep .....	6
1.5.1. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	6
a. Tahap-tahap Komunikasi Pemasaran .....	7
1. Menentukan Segmentasi .....	7
2. <i>Targetting</i> .....	9

3. <i>Positioning</i> .....	10
4. Perencanaan Media .....	11
5. Kreatif Pesan & Visual .....	11
6. Bauran Pemasaran .....	12
a. <i>Product</i> .....	12
b. <i>Price</i> .....	13
c. <i>Place</i> .....	13
d. <i>Promotion</i> .....	13
1. Pemberian Kupon .....	14
2. Potongan Harga (Diskon) .....	14
3. Sampel .....	14
4. Kemasan Harga Khusus atau Paket Harga .....	14
5. Kontes .....	14
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian Komunikasi .....	15
2.2. Berkomunikasi Secara Efektif dan Efisien .....	16
2.3. New Media .....	18
2.4. Media Sosial .....	20
2.4.1. Media Sosial Instagram .....	20
2.4.2. Pemasaran Melalui Instagram .....	24
2.5. E-Commerce .....	24
2.5.1. Aplikasi E-Commerce .....	25
2.6. Kerangka Pemikiran .....	27
2.7. Penelitian Terdahulu .....	28
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	32
3.2. Objek Penelitian .....	32

3.3. Subjek Penelitian .....	32
3.4. Sumber Data .....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6. Teknik Analisis Data.....	34
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Sejarah Berdirinya Toko Kamera Mbantul .....	35
4.2. Produk Toko Kamera Mbantul .....	38
4.3. Kontak Toko Kamera Mbantul.....	40
4.4. Struktur Organisasi Toko Kamera Mbantul .....	41
4.5. Data Penjualan Toko Kamera Mbantul.....	42
4.6. Hasil Penelitian .....	43
4.6.1. Tahap-tahap Komunikasi Pemasaran .....	43
1) Segmentasi.....	43
2) <i>Targetting</i> .....	44
3) <i>Positioning</i> .....	45
4) Perencanaan Media .....	46
5) Kreatif Pesan & Visual.....	47
4.6.2. Bauran Pemasaran .....	49
1) <i>Product</i> (Produk) .....	49
2) <i>Price</i> (Harga).....	52
3) <i>Place</i> (Tempat Distribusi) .....	54
4) <i>Promotion</i> (Promosi).....	55
1. Bentuk Aktivitas Promosi di Instagram .....	55
a. Kemasan Harga Paket.....	55
b. Harga Promo .....	57
c. Voucher Bebas Ongkos Kirim .....	59

d. Promo <i>Cashback</i> .....	60
e. Pemberian Bonus Kaos .....	62
4.6.3. Komunikasi Pemasaran Online Toko Kamera Mbantul Melalui Instagram.....	63
4.6.3.1 Fitur Instagram yang Digunakan Untuk Melakukan Pemasaran ...	64
a. Fitur <i>Insta Story</i> .....	64
b. Fitur <i>Hastag</i> .....	65
c. Fitur <i>Comment</i> .....	66
d. Fitur <i>Caption</i> .....	67
e. Fitur <i>Insta Stories Highlights</i> .....	69
4.6.3.2 Cara Meyakinkan Konsumen Melalui Instagram.....	70
4.6.4 Faktor Penghambat dan Pendukung Kegiatan Komunikasi Pemasaran di Instagram.....	72
4.7. Pembahasan .....	79

## **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan.....	91
5.2. Saran.....	92

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Daftar Akun Instagram Toko Kamera <i>Second</i> di Yogyakarta .....	5
Tabel 1.2. Jenis-jenis Segmentasi .....	7
Tabel 4.1. Daftar Produk Toko Kamera Mbantul .....	38
Tabel 4.2. Daftar Anggota Toko Kamera Mbantul .....	41
Tabel 4.3. Data Penjualan Toko Kamera Mbantul .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Akun Instagram Toko Kamera Mbantul .....	37
Gambar 4.2. <i>Positioning</i> Toko Kamera Mbantul .....	45
Gambar 4.3. Warna Background yang digunakan Toko Kamera Mbantul sebagai Katalog Produk .....	47
Gambar 4.4. Proses Pemotretan Produk.....	48
Gambar 4.5. Contoh Katalog Produk Kamera Mbantul .....	48
Gambar 4.6. Salah Satu Katalog yang Menampilkan Kecacatan Pada <i>Body</i> Kamera .....	48
Gambar 4.7. Proses Pengecekan Kamera oleh Anton Suwarno.....	50
Gambar 4.8. Promosi Melalui Instagram.....	51
Gambar 4.9. Toko Fisik Kamera Mbantul .....	54
Gambar 4.10. Salah Satu Bentuk Promosi Kamera Baru dengan Memberikan Bonus Kartu Memori.....	56
Gambar 4.11. Salah Satu Bentuk Promosi Toko Kamera Mbantul.....	57
Gambar 4.12. Iklan Bebas Biaya Ongkos Kirim (1).....	59
Gambar 4.13. Iklan Bebas Biaya Ongkos Kirim (2).....	60
Gambar 4.14. Promo <i>Cashback</i> yang Diposting Melalui Instagram (1).....	61
Gambar 4.15. Promo <i>Cashback</i> yang Diposting Melalui Instagram (2).....	61
Gambar 4.16. Promo Pemberian Bonus Kaos yang Diposting Melalui Instagram.....	62
Gambar 4.17. Hastag pada Postingan di akun Instagram Toko Kamera Mbantul .....	65
Gambar 4.18. Contoh Pemanfaatan Fitur <i>Comment</i> di Akun Instagram .....	66
Gambar 4.19. Isi Deskripsi Katalog Pada Instagram.....	68
Gambar 4.20. Penggunaan Fitur Stories Highlights Oleh Toko Kamera Mbantul .....	70
Gambar 4.21. Testimoni Pelanggan Toko Kamera Mbantul .....	71
Gambar 4.22. Bukti Resi yang Diposting di Instagram .....	71

Gambar 4.23. Akun Palsu yang Mengambil Katalog dari Toko Kamera Mbantul .....	72
Gambar 4.24. YouTube Toko Kamera Mbantul.....	73
Gambar 4.25. Promosi Akun Instagram @jualkamera Melalui video <i>review</i> di Youtube .....	74
Gambar 4.26. Salah Satu Video Review yang Merupakan Kegiatan Pendukung Promosi di Instagram.....	75
Gambar 4.27. Salah Satu Penonton yang Tertarik Dengan Kamera yang di Review Oleh Toko Kamera Mbantul.....	76
Gambar 4.28. Lapak Toko Kamera Mbantul di Bukalapak .....	77
Gambar 4.29. Lapak Toko Kamera Mbantul di Tokopedia .....	77
Gambar 4.30. Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia .....	79

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 4.1. Bagan Pembahasan Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Kamera Mbantul .....	90
---	----