

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv-v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi-xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv-xvi
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1-9
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Tinjauan Pustaka	11
1.5.1. <i>Internet Marketing</i> dalam Komunikasi Pemasaran	11-17
1.5.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran dalam <i>Internet Marketing</i>	17-22
1.5.2. <i>Internet Marketing</i> Melalui <i>Social Media</i>	23-25
1.5.3. Instagram Sebagai Media dalam <i>Internet Marketing</i>	25-28
1.5.4. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam <i>Internet Marketing</i> Melalui Instagram	28-33
1.6. Metodologi Penelitian	34

1.6.1. Pendekatan dan Fokus Penelitian	34
1.6.2. Tipe Penelitian	34-35
1.6.3. Sasaran Penelitian	35
1.6.4. Unit Analisis	35
1.6.5. Teknik Pengumpulan Data	35-36
1.6.6 Teknik Analisis Data	37

BAB II: GAMBARAN UMUM

2.1	Internet Sebagai Media Promosi Baru di Indonesia	1
2.2	Perkembangan Butik <i>Online</i> di Indonesia	2
2.3	Gambaran Umum Objek Penelitian	11
2.3.1	Profile Butik <i>Online</i> Giyomi	11
2.3.2	Profile Butik <i>Online</i> Randomism	14
2.3.3	Profile Butik <i>Online</i> Schone&Hazzle	16

BAB III: ANALISIS DAN HASIL TEMUAN

3.1	Penggunaan Instagram sebagai Media <i>Internet Marketing</i>	2
3.2	Strategi <i>Internet Marketing</i> dalam Instagram	7
3.2.1	<i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Butik <i>Online</i> di Instagram	
3.2.1.1	Giyomi	7
3.2.1.2	Randomism	12
3.2.1.3	Schone&Hazzle	16
3.2.2	Penerapan Strategi <i>InternetMarketing</i> dalam Butik <i>Online</i>	19
3.2.2.1	Giyomi	20
3.2.2.2	Randomism	25
3.2.2.3	Schone&Hazzle	29
3.3	Penerapan <i>PromotionalTools</i> dalam Instagram	

3.3.1 Penerapan <i>PromotionalTools</i> dalam Internet <i>Marketing</i> Melalui Instagram	37
3.3.1.1 <i>Advertising</i> (Periklanan)	38
3.3.1.2 <i>SalesPromotion</i> (Promosi Penjualan)	45
3.3.1.3 <i>Direct Marketing</i>	49
3.3.1.4 <i>Public Relations</i>	52

BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan	1-2
4.2 Saran	2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Internet <i>Marketing</i>	I-14
---	------

DAFTAR BAGAN

Bagan I.1 Proses Perencanaan dan Aplikasi <i>Marketing Communication</i>	I-30
Bagan II.1 Sistem Transaksi Secara <i>Online</i>	II-41
Bagan III.1 Model Promosi Secara <i>Online</i>	III-38



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Tampilan Instagram	I-27
Gambar II.1 Situs <i>E-Commerce</i> Lazada	II-6
Gambar II.2 Contoh Butik <i>Online</i> di <i>Facebook</i>	II-7
Gambar II.3 Contoh Butik <i>Online</i> di <i>Twitter</i>	II-8
Gambar II.4 Contoh Butik <i>Online</i> di Instagram	II-10
Gambar II.5 Instagram Giyomi	II-13
Gambar II.6 Konsep Foto Giyomi	II-13
Gambar II.7 Halaman Instagram Randomism	II-15
Gambar II.8 Program Komunikasi Pemasaran Randomism	II-16
Gambar II.9 Halaman Instagram Schone&Hazzle	II-18
Gambar II.10 Program Komunikasi Pemasaran Schone&Hazzle	II-18
Gambar III.1 Foto Produk Giyomi di Instagram	III-4
Gambar III.2 Halaman Instagram Giyomi (1)	III-11
Gambar III.3 Halaman Instagram Giyomi (2)	III-12
Gambar III.4 <i>Endorsement</i> Giyomi (1)	III-23
Gambar III.5 <i>Endorsement</i> Giyomi (2)	III-24
Gambar III. 6 <i>Endorsement</i> Randomism (1)	III-27
Gambar III.7 <i>Endorsement</i> Randomism (2)	III-27
Gambar III.8 <i>Endorsement</i> Schone&Hazzle	III-30
Gambar III.9 Contoh <i>Event Giveaway</i> Schone&Hazzle	III-31
Gambar III.10 <i>Giveaway</i> Pada Media Sosial Instagram	III-32
Gambar III.11 Salah Satu Contoh Selebgram (1)	III-35
Gambar III.12 Salah Satu Contoh Selebgram (2)	III-36
Gambar III.13 <i>Endorsement by</i> Giyomi	III-43
Gambar III.14 <i>Endorsement by</i> Randomism	III-43

Gambar III.15 <i>Endorsement by Schone&Hazzle</i>	III-44
Gambar III.16 <i>Event Bazaar Giyomi (1)</i>	III-51
Gambar III.17 <i>Event Bazaar Giyomi (2)</i>	III-51
Gambar III.18 <i>Testimonial Giyomi</i>	III-55
Gambar III.19 <i>Testimonial Randomism</i>	III-56
Gambar III.20 <i>Testimonial Schone&Hazzle</i>	III-56

