

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Teori.....	5
E.1 Komunikasi Pemasaran	5
E.2 <i>Soft-selling</i>	17
E.3 Media Sosial Instagram	18
F. Kerangka Konsep	20
G. Metodologi Penelitian	20
G.1 Jenis Penelitian	20
G.2 Subyek Penelitian	21
G.3 Teknik Pengumpulan Data	22
BAB II: KOMUNIKASI PEMASARAN DAN <i>SOFT-SELLING</i>	24
A. Strategi Komunikasi Pemasaran	24
B. Pendekatan <i>Soft-selling</i>	41
C. Media Sosial Instagram.....	43
BAB III: PROFIL RUMAH WARNA	46
A. Sejarah Rumah Warna.....	46
B. Visi dan Misi Rumah Warna.....	47
C. Lokasi Rumah Warna.....	47
D. Susunan Organisasi Rumah Warna	52



E. Media Sosial Rumah Warna.....	53
----------------------------------	----

BAB IV: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOFT-SELLING PADA KONTEN

INSTAGRAM RUMAH WARNA.....	56
----------------------------	----

A. Komunikasi Pemasaran Rumah Warna.....	57
------------------------------------------	----

B. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Soft-selling</i> Rumah Warna	80
------------------------------------------------------------------------	----

B.1 Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Soft-selling</i>	82
-------------------------------------------------------------	----

B.2 Proses Perumusan Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Soft-selling</i>	85
------------------------------------------------------------------------------	----

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	97
-----------------------------------	----

A. Kesimpulan	97
---------------------	----

B. Saran.....	98
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA	100
----------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Persentasi pengguna internet di seluruh dunia.....	2
Gambar 2: Model Makro Proses Komunikasi	27
Gambar 3: Model Mikro Respon Konsumen.....	28
Gambar 4: Daftar negara pengguna Instagram terbesar di dunia	36
Gambar 5:Struktur Organisasi Rumah Warna	44
Gambar 6: Website Rumah Warna	45
Gambar 7: Facebook Rumah Warna.....	46
Gambar 8: Instagram Rumah Warna	46
Gambar 9: Youtube Rumah Warna.....	47
Gambar 10: Contoh Pendekatan <i>Hard-selling</i>	57
Gambar 11: Contoh Pendekatan <i>Soft-selling</i>	57
Gambar 12: Contoh <i>Giveaway</i> Rumah Warna.....	61
Gambar 13: Contoh Voucher Rumah Warna.....	62
Gambar 14: Contoh Diskon Rumah Warna	62
Gambar 15: Bonus Pembelian Rumah Warna	63
Gambar 16: <i>Talk Show</i> Rumah Warna.....	64
Gambar 17: Website Rumah Warna	65
Gambar 18: Whatsapp Rumah Warna	66
Gambar 19: <i>E-commerce</i> Rumah Warna (Shopee).....	67



Gambar 20: Facebook Rumah Warna.....	68
Gambar 21: Youtube Rumah Warna.....	68
Gambar 22: Instagram Rumah Warna	69
Gambar 23: Perencanaan awal bulan.....	79
Gambar 24: Contoh Konten Menabung.....	80
Gambar 25: Contoh Konten <i>Self-improvement</i>	80
Gambar 26: Contoh Konten Wisata.....	81
Gambar 27: Contoh Konten Islami	81
Gambar 28: Contoh Konten <i>Games</i>	82
Gambar 29: Contoh Konten Ucapan Hari-hari Besar	82
Gambar 30: Eksekusi konten dalam bentuk foto dan video	84
Gambar 31: Evaluasi harian mengenai program yang telah dijalankan	86
Gambar 32: Konten-konten <i>soft-selling</i> memiliki jangkauan yang paling tinggi	87
Gambar 33: Data yang dihasilkan dari satu konten <i>soft-selling</i>	88