

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstraksi	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Bagan	x
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	
1. Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	6
2. <i>New Media</i>	12
3. Konsumen <i>Online</i>	18
F. Model Penelitian	23
G. Kerangka Konsep	25
H. Metodologi Penelitian	
1. Paradigma Penelitian	27
2. Metode Penelitian	28
3. Objek Penelitian	28
4. Teknik Pengumpulan Data	28
5. Teknik Analisis Data	29
I. Limitasi Penelitian	31
BAB II MEDIA DAN KONSUMEN <i>ONLINE</i> DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN <i>ONLINE</i>	
A. Pemanfaatan <i>New Media</i> dalam Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	
1. <i>New Media</i> dan Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	32
2. <i>Online Shop</i> dalam Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	36
B. Konsumen dan Penggemar dalam Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	
1. Karakteristik Konsumen <i>Online</i>	40
2. Budaya Konsumerisme dalam Kelompok Penggemar	41
BAB III WSYDN SHOP DAN GAMBARAN PENJUALAN KARYA KEPADA KELOMPOK PENGGEMAR	
A. Gambaran Umum WSYDN Shop	
1. Sejarah dan Perkembangan WSYDN Shop	44
2. Logo WSYDN Shop	47

3. Website WSYDN Shop	47
4. Produk WSYDN Shop	48
B. Gambaran Penjualan Karya di WSYDN Shop	51
C. Kelompok Penggemar Pandji Pragiwaksono sebagai Konsumen WSYDN Shop	54
BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN <i>ONLINE</i> WSYDN SHOP	
A. Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> WSYDN Shop	
1. Pengemasan Pesan dan Pengenalan Produk WSYDN Shop ...	57
2. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> WSYDN Shop	63
3. Analisis	
3.1 Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> dan Pengemasan Pesan dalam Produk WSYDN Shop	83
3.2 Strategi dan Taktik Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> WSYDN Shop	87
B. <i>Online Communication Channel</i> dalam Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> WSYDN Shop	
1. Penggunaan Saluran komunikasi Pemasaran <i>Online</i> di WSYDN Shop	
1.1 Website	93
1.2 Newsletter.....	98
1.3 Sosial Media	101
2. Analisis	105
2.1 Website	108
2.2 Newsletter	109
2.3 Sosial Media	110
C. Konsumen <i>Online</i> WSYDN Shop	
1. Karakteristik dan Perilaku Konsumen <i>Online</i>	112
2. Perilaku Kelompok Penggemar sebagai Konsumen Utama WSYDN Shop	116
3. Analisis	
3.1 Konsumen <i>Online</i> WSYDN Shop	120
3.2 Kelompok Penggemar sebagai Konsumen	122
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	125
B. Saran	128
Daftar Pustaka	xii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	14
-----------	-------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	23
Bagan 1.2	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	47
Gambar 3.2	48
Gambar 3.3	49
Gambar 3.4	49
Gambar 3.5	50
Gambar 3.6	50
Gambar 3.7	51
Gambar 4.1	62
Gambar 4.2	62
Gambar 4.3	64
Gambar 4.4	67
Gambar 4.5	67
Gambar 4.6	68
Gambar 4.7	67
Gambar 4.8	70
Gambar 4.9	71
Gambar 4.10	76
Gambar 4.11	79
Gambar 4.12	79
Gambar 4.13	94
Gambar 4.14	95
Gambar 4.15	95
Gambar 4.16	96
Gambar 4.17	97
Gambar 4.18	99
Gambar 4.19	100
Gambar 4.20	101
Gambar 4.21	102
Gambar 4.22	103
Gambar 4.23	104
Gambar 4.24	104
Gambar 4.25	113
Gambar 4.26	114
Gambar 4.27	115
Gambar 4.28	117
Gambar 4.29	119