



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Abstrak.....	ii
Abstrack.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Pernyataan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
1. Secara Teoritis	3
2. Secara Praktis	3
E. Obyek Penelitian.....	4
F. Kerangka Pemikiran	4
1. Komunikasi Pemasaran	4
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	4
2.1 Tahap-tahap Strategi	5
2.2 Analisis SWOT.....	6
2.3 Bauran Pemasaran	7
3. New Media.....	17
G. Konsep Penelitian	21
H. Penelitian Terdahulu	24



I. Metodologi Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Metode Penelitian	25
3. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
4. Fokus Penelitian	26
5. Teknik Pengumpulan Data	27
6. Teknik Penentuan Informan	27
7. Teknik Analisis Data	29
BAB II. PROFIL ONLINESHOP SISTERCLAY	
A. Sejarah Sisterclay	30
B. Sistem Kerja Akun Instagram Sisterclay	33
C. Lokasi Sisterclay.....	34
D. Logo Sisterclay	34
E. Produk Sisterclay	34
F. Foto Produk Sisterclay.....	37
G. Hubungan Dengan Konsumen.....	39
BAB III. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Sisterclay Pada Instagram	40
1. Tahap-tahap strategi Promosi Online.....	41
2. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats</i>)	46
3. Bauran Pemasaran Sisterclay	50
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	82
B. Saran	84
Daftar Pustaka	85
Lampiran-lampiran	89



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP
DEBBY EKA SAMPITRI, Dr. Phil. Ana Madhya Abrar, M.E.S. ; Wisnu Martha Adiputra, S.IP.,M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Konsep Penelitian	21
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. Data Informan Penelitian	28



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Tampilan Intagram Onlineshop Sisterclay.....	2
Gambar 2. Akun Instagram Sisterclayshop	31
Gambar 3. Logo Sisterclay	34
Gambar 4. Workshop Sisterclay	35
Gambar 5. Proses Pembuatannya.....	36
Gambar 6. Contoh Produk Sisterclay.....	37
Gambar 7. Informasi Foto Sisterclay	38
Gambar 8. Foto Sisterclay Dalam Bentuk Collage.....	39
Gambar 9. Ancamannya ada pesaing lain yang menjual produk yang sama.	49
Gambar 10. Foto Untuk SFS Sisterclayshop	55
Gambar 11. Contoh Ajakan SFS Keroyokan Dalam Grup	58
Gambar 12. Fitur Note Grup Line Sisterclay.....	59
Gambar 13. Rules Keroyokan Yang Diikuti Oleh Sisterclay	60
Gambar 14. Profil Akun Instagram Lawan Sisterclay	63
Gambar 15. Contoh SFS Yang Dilakukan Oleh @Sisterclayshop Dengan @CHRISTOLOVESHOP	63
Gambar 16. Contoh SFS Yang Dilakukan Oleh @CHRISTOLOVESHOP Dengan @sisterclayshop.....	64
Gambar 17. Absen Ketika Selesai Postingan Iklan Semuan Onlineshop	65
Gambar 18. Album Yang Berisi SS DONE, SS JINDEL,SS 1 OS TERAKHIR	66
Gambar 19. Voucher Belanja.....	71



INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP

DEBBY EKA SAMPITRI, Dr. Phil. Ana Madhya Abrar, M.E.S. ; Wisnu Martha Adiputra, S.IP.,M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Gambar 20. Foto Stand Pameran Sisterclay	72
Gambar 21. Proses Produksi Sisterclay	74
Gambar 22. Testimonial Konsumen Sisterclay Di Akun Instagram.....	75
Gambar 23. Contact Person Instagram Sisterclay.....	79