

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	x
ABSTRACT .....	xi
ABSTRAK .....	xii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kajian Pustaka .....	6
1. Penelitian Terdahulu .....	6
1.1. Brand Strategy and Integrated Marketing Communication (IMC): A Case Study of Player's Cigarette Brand Marketing oleh Timothy Dewhirst dan Brad Davis (2013) .....	6
1.2. The Implementation of Integrated Marketing Communication (IMC): Evidence from Professional Football Clubs in England oleh Argyro Manoli & Ian R. Hodgkinson (2019) .....	7
2. Posisi Penelitian .....	8
F. Kerangka Pemikiran .....	8
1. Penerapan Integrated Marketing Communication dalam Perusahaan .....	8
2. Empat Tahapan Penerapan Integrated Marketing Communication .....	14
3. Integrated Marketing Communication dalam Situasi Pandemi COVID-19 .....	18
G. Kerangka Konsep .....	21
H. Bagan Penelitian .....	23
I. Definisi Konsep .....	24
J. Metodologi Penelitian .....	25
1. Jenis Penelitian .....	25

2. Lokasi Penelitian .....	25
3. Fokus Penelitian .....	26
4. Sumber Data .....	26
5. Informan Penelitian .....	26
6. Teknik Pengumpulan Data .....	27
7. Teknik Analisis Data .....	27
8. Teknik Penyajian Data .....	28
9. Limitasi Riset .....	28
<b>BAB II: LANDASAN TEORI .....</b>	<b>29</b>
2.1. Definisi Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication) .....	29
2.2. Dimensi Integrated Marketing Communication .....	31
2.3. Integrated Marketing Communications dalam Media Digital .....	39
2.4. Pandemi COVID-19 dan Perubahan Perilaku Konsumen E-commerce .....	41
2.5. Transformasi Digital .....	44
<b>BAB III: OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1. Sejarah Singkat World Wide Web dan Perkembangan Industri Web Hosting .....	48
3.2. Perusahaan Penyedia Layanan Web Hosting Niagahoster .....	51
3.3. Struktur Organisasi Perusahaan Penyedia Layanan Web Hosting Niagahoster .....	53
<b>BAB IV: TEMUAN &amp; ANALISIS .....</b>	<b>56</b>
4.1. Situasi Perusahaan Penyedia Layanan Web Hosting Niagahoster di Masa Pandemi COVID-19 (April-September 2020) .....	57
4.2. Penerapan Komunikasi Pemasaran Melalui 4 Pilar Integrated Marketing Communications di Perusahaan Penyedia Layanan Web Hosting Niagahoster ...	64
4.2.1. Konten (Content) .....	65
4.2.1.1. Panduan Jenama (Brand Guideline) Niagahoster .....	65
4.2.1.2. Pesan Kampanye Komunikasi Pemasaran “Build Success Online” .....	71
4.2.1.3. Pesan Bertajuk “Survival and Resilience” dan “Economic Revival and Digital Prosperity” .....	76
4.2.2. Saluran (Channels) .....	78
4.2.2.1. Media Sosial .....	79
4.2.2.1.1. Instagram .....	81
4.2.2.1.2. Facebook .....	88
4.2.2.2. Penyelenggaraan Acara Daring .....	99
4.2.3. Pemangku Kepentingan (Stakeholders) .....	108

4.2.3.1. Pemangku Kepentingan Eksternal .....	109
4.2.3.2. Pemangku Kepentingan Internal.....	123
4.2.4. Hasil (Results) .....	127
4.3. Tantangan Pengaplikasian Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Lingkup Perusahaan Penyedia Layanan Web Hosting Niagahoster .....	133
4.3.1. Penyelarasan Pesan Kampanye Komunikasi Pemasaran .....	134
4.3.2. Transformasi Digital .....	137
<b>BAB V: PENUTUP</b> .....	140
5.1. Kesimpulan .....	140
5.2. Saran .....	143
5.3. Limitasi Penelitian.....	143
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	145
A. Buku dan Jurnal .....	145
B. Surat Kabar dan Media Daring.....	148
C. Wawancara .....	150
<b>LAMPIRAN</b> .....	1
Informan 1.....	1
Informan 1 (Lanjutan).....	10
Informan 1 (Lanjutan).....	25
Informan 2.....	29
Informan 3.....	48
Informan 4.....	67
Informan 5.....	77
Informan 6.....	89
Informan 7.....	96
Informan 8.....	112
Informan 9.....	122
Informan 10.....	131
Informan 11.....	137

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1: GRAFIK JUMLAH PENDAPATAN NIAGAHOSTER.....	59
GAMBAR 2: GRAFIK PERBANDINGAN PENDAPATAN NIAGAHOSTER TAHUN 2019 DAN 2020 .....	60
GAMBAR 3: HASIL SURVEI PELANGGAN WEB HOSTING NIAGAHOSTER.....	62
GAMBAR 4: HASIL SURVEI PELANGGAN WEB HOSTING NIAGAHOSTER.....	63
GAMBAR 5: SEPULUH NILAI PERUSAHAAN PENYEDIA LAYANAN WEB HOSTING NIAGAHOSTER.....	67
GAMBAR 6: TAMPILAN AKUN INSTAGRAM @NIAGAHOSTER.ID .....	81
GAMBAR 7: CONTOH POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @NIAGAHOSTER.ID .....	82
GAMBAR 8: CONTOH POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @NIAGAHOSTER.ID .....	83
GAMBAR 9: CONTOH TERBITAN KONTEN DI AKUN INSTAGRAM @NIAGAHOSTER.ID DENGAN TAGAR #BUILDSUCCESSONLINE .....	85
GAMBAR 10: CONTOH PALING AWAL TERBITAN KONTEN DI AKUN INSTAGRAM @NIAGAHOSTER.ID DENGAN TAGAR #BUILDSUCCESSONLINE PADA 3 SEPTEMBER 2018.....	87
GAMBAR 11: TAMPILAN HALAMAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK NIAGAHOSTER.....	88
GAMBAR 12: CONTOH POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @NIAGAHOSTER.ID .....	90
GAMBAR 13: TAMPILAN FACEBOOK GROUP PHP INDONESIA .....	92
GAMBAR 14: CONTOH INTERAKSI CUSTOMER RELATIONS SPECIALIST DI FACEBOOK GROUP PHP INDONESIA.....	94
GAMBAR 15: TAMPILAN FACEBOOK GROUP WORDPRESS INDONESIA .....	96
GAMBAR 16: CONTOH INTERAKSI CUSTOMER RELATIONS SPECIALIST DI FACEBOOK GROUP WORDPRESS INDONESIA .....	97
GAMBAR 17: CONTOH INTERAKSI CUSTOMER RELATIONS SPECIALIST DI FACEBOOK GROUP WORDPRESS INDONESIA .....	98
GAMBAR 18: ACARA NIAGAHOSTER LITE BITES DISIARKAN MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE .....	102
GAMBAR 19: POSTER ACARA NIAGAHOSTER DEVCUSSION.....	103
GAMBAR 20: POSTER ACARA BRAND MARKETING CON BY NIAGAHOSTER.....	104
GAMBAR 21: POSTER ACARA AUDIT YOUR SITE.....	107
GAMBAR 22: TANGKAPAN LAYAR ACARA AUDIT YOUR SITE.....	108
GAMBAR 23: POSTER ACARA NIAGAHOSTER VIRTUAL CAREER FAIR.....	122

## **DAFTAR TABEL**

TABEL 1: FUNGSI DALAM TIM BRANDING AND REPUTATION MANAGEMENT .....	55
--	----

## DAFTAR BAGAN

BAGAN 1: BAGAN PENELITIAN.....	23
BAGAN 2: STRUKTUR PERUSAHAAN PENYEDIA LAYANAN WEB HOSTING NIAGAHOSTER.....	54