



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BELOWCEPEK.COM UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN ON-LINE SHOP TAHUN 2016**

SKRIPSI

Dijadikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Kelulusan
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi & Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

SOFIAN NUR HADI

44312110112

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BELOWCEPEK.COM UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN ON-LINE SHOP TAHUN 2016.

Nama : Sofian Nur Hadi

NIM : 44312110112

Bidang Studi : Marketing Komunikasi & Periklanan

Fakultas : Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Maret 2017

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi

(Tri Diah Cahyowati, Dra, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BELOWCEPEK.COM UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN ON-LINE SHOP TAHUN 2016.

Nama : Sofian Nur Hadi
NIM : 44312110112
Bidang Studi : Marketing Komunikasi & Periklanan
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 17 Maret 2017

UN Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Ketua Bidang Studi
Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Periklanan

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BELOWCEPEK.COM UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN ON-LINE SHOP TAHUN 2016.

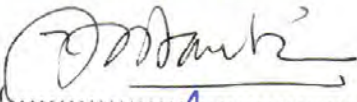
Nama : Sofian Nur Hadi
NIM : 44312110112
Bidang Studi : Marketing Komunikasi & Periklanan
Fakultas : Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Maret 2017

Ketua Sidang,

Dewi Sad Tanti.,M.Ikom



(.....)

Penguji Ahli,

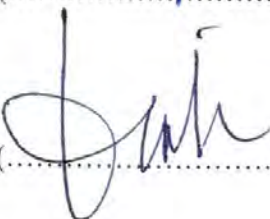
Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D



(.....)

Pembimbing I

Tri Diah Cahyowati, M.Si



(.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat serta karunia nya kepada saya sehingga berhasil menyelesaikan Skripsi ini yang Alhamdulillah tepat pada waktunya yang berjudul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BELOWCEPEK.COM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN ON-LINE SHOP TAHUN 2016.

Skripsi ini diselesaikan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Skripsi ini dibuat berdasarkan pengamatan dan interview dengan CEO BelowCepek.com.

Ucapan terima kasih juga tidak lupa kami sampaikan kepada orang-orang tercinta yang banyak membantu saya dalam penyelesaian laporan magang ini :

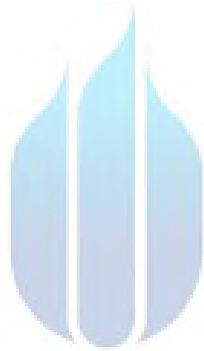
1. Ibu Tri Diah Cahyowati, Dra, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan pendampingan sehingga skripsi saya dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. Ponco Sulisty, M.Comm.,Ph.D, Selaku Ketua Program Studi Periklanan serta sebagai dosen penguji ahli.
3. Ibu Dewi Sad Tanti.,M.Ikom sebagai Ketua Sidang Skripsi
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, Selaku Ketua Bidang Marcomm & Advertising
5. Bapak Morissan, M.A yang memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk melengkapi penelitian saya.
6. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Ibu Riana Bismarak CEO BelowCepek.com yang memberikan waktunya untuk wawancara
8. Bapak Achmad Farid yang telah memberikan izin untuk melaksanakan Penelitian di BelowCepek.com.
9. Seluruh Keluarga Besar BelowCepek.com.
10. Seluruh teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi UMB Jakarta – Menteng Kelas Karyawan.

11. Orang yang paling saya sayangi dan cintai kedua orang tua dan seluruh keluarga kami.

Penyusun Skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, baik dari segi penelitian serta isi yang terkandung didalamnya. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sehingga dapat membuat atau menyusun laporan yang lebih baik lagi dikemudian harinya dengan sempurna.

Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk kita semua dan dapat diterima sebagai sumbangan ilmiah bagi para pembaca, khususnya dapat memenuhi maksud penelitiannya.

Jakarta, 17 Maret, 2017



Penyusun

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Identifikasi Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Dasar Komunikasi	19
2.2.1. Pengertian Komunikasi	19
2.2.2. Proses & Elemen Komunikasi	20
2.2.3. Tujuan Komunikasi	21
2.3. Dasar Pemasaran	23
2.3.1. Pengertian Pemasaran	23
2.3.2. Bauran Pemasaran	24

2.4. Komunikasi Pemasaran	27
2.4.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	27
2.4.2. Bauran Komunikasi Pemasaran	28
2.5. Strategi Komunikasi Pemasaran	32
2.5.1. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran	32
2.5.2. Mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif....	33
2.5.3. Analisa SWOT	45
2.5.4. Promosi Penjualan	46
2.5.5. Promosi Penjualan Bisnis ke Konsumen (B2C)	50
2.6. Pemasaran via Internet	52
2.6.1. Pemasaran melalui Media Sosial	56
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma	60
3.2. Tipe Penelitian.....	62
3.3. Metode Penelitian.....	62
3.4. Subyek Penelitian	63
3.5. Teknik Pengumpulan Data	65
3.5.1. Wawancara	65
3.5.2. Observasi	65
3.5.3. Dokumentasi	65
3.6. Teknik Analisis Data	66
3.7. Teknik Keabsahan Data	67
3.8. Lokasi & Waktu Penelitian	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	71
4.2. Hasil Penelitian	80
4.2.1. Bauran Pemasaran BelowCepek.com	84
4.2.2. Peran Sosial Media	93
4.2.3. Peningkatan Penjualan tahun 2016	95
4.3. Pembahasan.....	98
4.3.1. Analisa SWOT BelowCepek.com	98
4.3.2. Analisa STP BelowCepek.com	101
4.3.3. Konsep Bauran Pemasaran BelowCepek.com	104
4.3.4. Program Komunikasi Pemasaran dan Promosi yang efektif	106
4.3.5. Peran Media Sosial dalam penjualan On-line Shop	120
4.3.6. Riana Sebagai Brand Ambassador	121
4.3.7. Perbedaan antara Pemasaran Konvensional dengan Pemasaran Baru	124

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	130
5.2. Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	139

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian dan Wawancara

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Pedoman Observasi

Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan CEO BelowCepek.com

Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan team Marketing BelowCepek.com

Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan Konsumen 1

Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan Konsumen 2

Lampiran 7 Hasil Wawancara dengan Konsumen 3

Lampiran 8 Hasil Observasi

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup Peneliti



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Model Proses Komunikasi
- Gambar 2 : Hubungan antara Komunikasi dan Pemasaran
- Gambar 3 : Triangulasi Teknik Pengumpulan Data
- Gambar 4 : Triangulasi Sumber Data
- Gambar 5 : Logo BelowCepek.com
- Gambar 6 : Struktur Organisasi
- Gambar 7 : Pencarian Google
- Gambar 8 : Iklan GDN di situs On-line
- Gambar 9 : Iklan Google Adwords di situs Google
- Gambar 10 : Iklan dalam sosial media Instagram
- Gambar 11 : Materi Iklan dalam sosial media Facebook
- Gambar 12 : Promosi Penjualan 5th Anniversary
- Gambar 13 : Event BelowCepek.com goes to Office
- Gambar 14 : Liputan oleh TV swasta
- Gambar 15 : Materi Newsletter & E-flyer
- Gambar 16 : Materi Newsletter & E-flyer
- Gambar 17 : Foto Riana Bersama Pelanggan BelowCepek.com
- Gambar 18 : Overview User Website Demographic
- Gambar 19 : Jumlah visitor dari Media Sosial Tahun 2016
- Gambar 20 : Perbandingan penjualan On-line Shop dan Sosial Media Tahun 2016
- Gambar 21 : Total Penjualan sepanjang Tahun 2016
- Gambar 22 : Total Penjualan sepanjang Tahun 2013
- Gambar 23 : Overview Visitor Monthly 2016

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

Tabel 2 : Waktu Penelitian

Tabel 3 : Rincian Jam Kerja Karyawan

Tabel 4 : Analisa SWOT BelowCepek.com

