



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Vidia Cahyani Ayuningtyas
44312110063

Pengaruh Isi Pesan Promosi *Facebook* Puspa Swara Publisher terhadap Minat Beli Buku

Jumlah halaman: ix + 80 halaman + lampiran

Bibliografi: 35 acuan, Tahun 2000 - 2015

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di Indonesia menimbulkan adanya gaya hidup baru yaitu berbelanja online. Hal ini ditanggapi positif oleh pemasar dengan ikut melakukan promosi melalui *media online*, salah satunya dengan sosial media yaitu facebook. Penerbit Puspa Swara menggunakan media *online facebook* dalam menyampaikan isi pesan promosi untuk menarik minat beli konsumen.

Isi pesan adalah suatu makna yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Dimensi isi pesan atau konten dalam media *online facebook* tersebut adalah *Offering mix, Appeal mix, Multimedia mix, Content Type*. Minat beli adalah tahapan kecenderungan perilaku membeli dari konsumen pada suatu dan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk.

Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 76 responden yang merupakan konsumen buku Puspa Swara melalui media online facebook yang sudah terdaftar dalam database.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel isi pesan melalui media online facebook dengan variabel minat beli oleh konsumen memiliki nilai sebesar 0,454, tergolong pada kelompok hubungan sedang. Sedangkan hasil terhadap pengaruh antara variabel isi pesan melalui media online facebook terhadap minat beli buku sebesar 20,7%.

Kata kunci: Isi Pesan, Promosi, *Facebook*, Minat Beli