

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	I
DAFTAR ISI.....	II
BAB.....	I
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	6
2.2.1 Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	6
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	7
2.2.3 Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	7
2.2.4 Kegiatan Komunikasi Pemasaran.....	7
2.3 Periklanan.....	8
2.3.1 Tujuan Periklanan.....	9
2.3.2 Fungsi Periklanan.....	9
2.3.3 Strategi Pemasaran 8P.....	10
2.3.4 Media Sosial.....	11
2.3.5 Karakteristik Media Sosial.....	11
2.3.6 Fungsi Media Sosial.....	12
2.3.7 Facebook.....	12
2.3.8 Definisi Facebook Marketing.....	13
2.3.9 Keunggulan Facebook Marketing.....	13
2.3.10 Instagram.....	14
2.3.11 Fitur Instagram.....	14
2.3.12 Pengaruh Media Sosial Instagram.....	15
2.3.13 TikTok.....	16
2.3.14 TikTok Marketing.....	16
2.3.15 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	16
2.3.16 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	17
2.4 Action Figures.....	18
2.5 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODOLOGI PEMIKIRAN.....	22
3.1 Bentuk dan jenis penelitian.....	22
3.1.2 Lokasi.....	22
3.1.3 Sumber Data.....	22
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.1.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.1.6 Pertanyaan.....	25

3.1.7 Pengujian Kredibilitas Data.....	25
3.2 Segmentation, Targeting, Positioning, Dan differentiation (STPD)	26
3.2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 8P.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	29
4.1 Subjek Penelitian.....	29
4.1.1 Profil Kyou Hobby Shop.....	29
4.1.2 Visi.....	29
4.1.3 Misi.....	29
4.2 Hasil Penelitian.....	29
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Action Figure Yang Dilakukan Kyou Hobby Shop.....	30
4.2.1.1 Media Kegiatan Promosi.....	30
4.2.1.2 Sosial Media.....	30
4.2.1.3 Online Shop.....	31
4.2.2 Toko Fisik atau Alpha Store.....	31
4.2.3 Tahapan Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Kyou Hobby Shop.....	31
BAB V PEMBAHASAN.....	33
5.1 Promosi yang dilakukan Kyou Hobby Shop tersebut.....	33
5.1.1 Promosi di Facebook dan Instagram.....	34
5.1.2 TikTok.....	35
5.1.4 Fungsi Media Sosial bagi Kyou Hobby Shop.....	35
5.1.5 Tujuan promosi yang dilakukan Kyou Hobby Shop.....	36
5.1.5 Targeting promosi yang dituju Kyou Hobby Shop.....	39
5.1.6 Aturan Promosi yang dilakukan Kyou Hobby Shop di sosial media.....	39
5.2 Hambatan yang dihadapi di Kyou Hobby Shop.....	40
BAB VI PENUTUP.....	41
6.1 Kesimpulan.....	41
6.2 Saran.....	41
Daftar Pustaka.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Alir Penelitian.....	21
Gambar 2. Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman.....	24
Gambar 3. Facebook Page dan Instagram Kyou Hobby Shop.....	30
Gambar 4. Tokopedia dan Shopee Kyou Hobby Shop.....	31
Gambar 5. Toko Fisik atau Alpha Store Kyou Hobby Shop.....	31
Gambar 6. Fitur Unique Request di website Kyou Hobby Shop.....	32
Gambar 7. Promosi barang di Instagram dan Facebook story dan post.....	33
Gambar 8. Kyou Hobby Shop meriliskan figure karakter baru dari Spy x Family, anime lagi sedang naik daun.....	34
Gambar 9. Kyou Hobby Shop mengupload video tentang event yang akan datang di event atau convention anime, mainan, atau cosplay di beberapa tempat dan membuka booth di event tersebut.....	34
Gambar 10. Kyou Hobby Shop mereply komentar orang di TikTok.....	35
Gambar 11. Booth Kyou Hobby Shop di event anime, mainan, atau cosplay.....	36
Gambar 12. Lomba Pesta Wibu Kyou beserta hadiah dan peserta bisa memilih hadiahnya.....	37
Gambar 13. Brosur Unique Request Kyou Hobby Shop dengan voucher diskon didalamnya.....	38
Gambar 14. Promosi event Genshin Impact Exhibition (Unnofficial Fan Event by Kyou) dengan hadiah menarik untuk penggemar dan cosplayer Genshin Impact.....	38
Gambar 15. Diskon Wibu Indonesia Belanja dengan diskon 60 persen di story dan post Instagram.....	39