

Sasongko Fandis Laksana. 2014. NIM 10.05.311.000069. Pemasaran Online Naza Online Shop. Dibawah bimbingan, Dr. Yuliana Rahmawati, S.sos, M.Si. and Dewi Quraisyin, S.Pd.I, M.S

ABSTRACT

The need for the information and process it online communication has changed the conventional marketing system, marketing using Internet through social media is widely used sellers in marketing their products. Products can be sold widely and also consumers can find information quickly without face-to-face and does not require expensive marketing costs. This has prompted the emergence of online stores, one of which is an online store that sells women's clothes at Naza social networking facebook. Social networking facebook social media is the one that can provide information only by a matter of seconds, and can be expressed freely and free promotion.

The purpose of this study is to understand integrated marketing communications or integrated marketing communication through social networking facebook on Naza online store. This research uses descriptive qualitative method of data collection techniques of observation, interviews, and literature. The theory used is the theory of Marketing Mix in marketing online

The results showed that Online Marketing used in building Naza online shop online store Naza marketing communications is to use the means of communication such as mass media advertising through the internet using facebook social media to advertise their products to consumers. For personal selling is done through accounts with account Naza consumers shop online, shop online because Naza perform all sales activities via the internet through social media facebook, so all sales activities through the online system. While sales promotion done by giving rebates or discounts for consumers Naza online store. Public relations to the means of communication is done by uploading a witness to give confidence to consumers to shop online Naza. As for communication through direct marketing to make sales system with a conventional system E commerce, Naza online stores using the internet to market their products through various social media.

Keywords: Marketing, Online, Naza Online shop

ABSTRAK

Kebutuhan akan informasi dan proses komunikasi secara online sudah mengubah sistem pemasaran konvensional, pemasaran dengan menggunakan internet melalui media sosial banyak digunakan penjual dalam memasarkan produknya. Produk dapat dijual secara luas dan juga konsumen dapat mencari informasi dengan cepat tanpa bertatap muka langsung dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Hal inilah yang mendorong bermunculan online shop, salah satunya adalah Naza online shop yang menjual pakaian wanita di jejaring sosial facebook. Jejaring sosial facebook adalah salah satu media social yang dapat menyampaikan informasi hanya dengan hitungan detik saja, dan dapat menyampaikan promosi secara bebas dan gratis.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami komunikasi pemasaran terpadu atau Integrated marketing communication melalui jejaring sosial facebook pada Naza online shop. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teori yang digunakan adalah teori marketing mix dalam melakukan pemasaran online.

Hasil penelitian menunjukkan Pemasaran Online yang digunakan Naza online shop dalam membangun komunikasi pemasaran Naza online shop adalah menggunakan sarana komunikasi seperti periklanan dengan menggunakan media massa internet melalui media sosial facebook untuk mengiklankan produknya kepada konsumen. Untuk personal selling dilakukan melalui antar akun Naza online shop dengan akun konsumen, karena Naza online shop melakukan semua aktifitas penjualannya melalui internet lewat media social facebook, sehingga semua aktifitas penjualannya menjadi melalui system online. Sedangkan promosi penjualan dilakukan dengan memberikan potongan harga atau diskon bagi para konsumen Naza online shop. Untuk sarana komunikasi public relation dilakukan dengan mengupload testimoni untuk memberikan rasa percaya ke konsumen kepada Naza online shop. Sedangkan untuk komunikasi melalui direct marketing dengan menjadikan system penjualan yang konvensional ke sistem E commerce, Naza online shop memanfaatkan internet untuk memasarkan produknya melalui berbagai macam media sosial.

Kata kunci : Pemasaran, Online, Naza Online shop