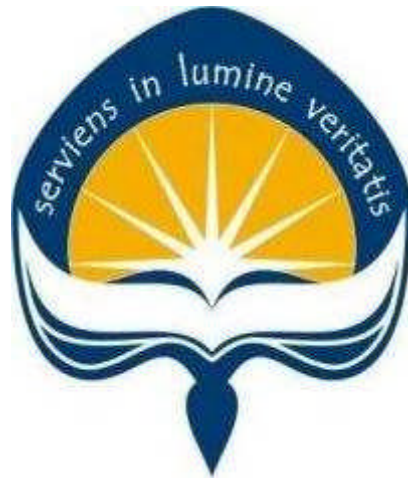


**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN *ONLINE SELLER*  
MEMILIH SITUS JEJARING *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI *ONLINE SHOP***

**(Penelitian Dekriptif Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan  
Pemilihan Situs Jejaring *Facebook* sebagai Media Promosi Bagi *Online  
Shop* Pakaian Wanita yang Ada di Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom.)**

**oleh :**

**Clara Yesica Nestri  
0609 03060/ Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN *ONLINE SELLER* MEMILIH SITUS  
JEJARING *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI *ONLINE SHOP***

**(Penelitian Dekriptif Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan  
Situs Jejaring *Facebook* Sebagai Media Promosi Bagi *Online Shop* Pakaian  
Wanita yang Ada Di Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S. I. Kom. pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

**CLARA YESICA NESTRI**  
**No. Mhs : 0609 03060/KOM**

Disetujui oleh:

**F. Anita Herawati, SIP., M.Si.**  
**Dosen Pembimbing**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2011**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN *ONLINE SELLER* MEMILIH SITUS JEJARING *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI *ONLINE SHOP* (Penelitian Dekriptif Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan Situs Jejaring *Facebook* Sebagai Media Promosi Bagi *Online Shop* Pakaian Wanita yang Ada Di Yogyakarta)

Penyusun : CLARA YESICA NESTRI  
NIM : 06 09 03060

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 15 Maret 2011

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran II Lantai 2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.  
Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.  
Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.  
Penguji II



Three handwritten signatures are present, each on a horizontal line. The top signature is above the main stamp, the middle one is to the right of the main stamp, and the bottom one is below the main stamp.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Clara Yesica Nestri

Nomor Mahasiswa : 06 09 03060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN *ONLINE SELLER* MEMILIH SITUS  
JEJARING *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI *ONLINE SHOP***

**(Penelitian Dekriptif Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan  
Situs Jejaring *Facebook* Sebagai Media Promosi Bagi *Online Shop* Pakaian  
Wanita yang Ada Di Yogyakarta)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri dan bukan plagiat dari Skripsi orang lain. Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan atau kesarjanaan. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 21 Maret 2011

Pembuat Pernyataan

Clara Yesica Nestri

## ABSTRAKSI

Komunikasi pemasaran membutuhkan komunikasi yang efektif. Dalam melakukan komunikasi yang tepat, *online seller* perlu mengetahui siapa target marketnya, respon dari konsumen, isi pesan yang ingin disampaikan, bentuk penyampaian, media apa yang akan digunakan, sumber pesan. Media merupakan hal penting yang dibutuhkan *online seller* untuk menyampaikan informasi atau melakukan kegiatan promosi. Perkembangan teknologi membawa dampak lahirnya media baru seperti internet. Internet memiliki beberapa kelebihan seperti dapat diakses dengan mudah, biaya yang relatif, jangkauan global, dan bersifat interaktif. Perkembangan lainnya ditunjukkan dengan munculnya situs-situs jejaring sosial, salah satunya adalah *Facebook*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor seperti kemudahan akses, kelengkapan fitur, biaya yang relatif dan interaktivitas yang dimiliki oleh situs jejaring *Facebook* membuat *online seller* memilih *Facebook* sebagai media promosi *online shop*-nya. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan triangulasi sumber yakni Anglaina Nutik dan Ladies Shop Ladies Shop sebagai sumber utama, pakar marketing dan konsumen sebagai sumber yang memperkuat data.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi, dapat diketahui bahwa, *facebook* yang mudah diakses melalui telepon seluler maupun komputer dan dapat diakses selama 24 jam membuat *online seller* memilih *Facebook* sebagai media promosi. Biaya yang murah karena melihat jangkauan yang luas untuk promosi membuat *online seller* juga memilih *Facebook*. Selain itu, *Facebook* memiliki fitur yang lengkap dan mudah diadaptasi atau digunakan sehingga baik *online seller* maupun konsumen menggunakan *Facebook*. Faktor interaktivitas *Facebook* yang dimudahkan dengan adanya fitur-fitur yang mendukung membuat *online seller* dapat dengan mudah menjalin interaksi dengan konsumen. Namun ada hal yang perlu diperhatikan yakni sebagai media untuk melakukan kegiatan promosi *Facebook* dapat digunakan oleh *online seller* namun untuk kegiatan transaksi, *Facebook* masih dalam tahap awal karena membutuhkan kepercayaan yang lebih dari konsumen.

Kata kunci : *online seller, social network, online shop*

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Tuhan Yesus terimakasih, sedikit persembahan sebagai ungkapan syukur karena boleh mengakhiri dan memulai semua perjuangan hidup....

Bunda Maria...teladan dan panutan bagi yang setia dan mau berjuang...  
Terimakasih...

Bapak Aloysius Andono dan Ibu M.M Siti Nurhayati S.Pd orang tua luar biasa yang diberikan Tuhan untukku...

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia dan penyertaanNya serta Bunda Maria yang mendoakan setiap langkah penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian skripsi dengan judul “**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN ONLINE SELLER MEMILIH SITUS JEJARING FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP (Penelitian Dekriptif Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan Situs Jejaring Facebook Sebagai Media Promosi Bagi Online Shop Pakaian Wanita yang Ada Di Yogyakarta)**”.

Banyak manfaat dan pengetahuan baru yang penulis dapatkan dari penyusunan skripsi ini. Hal tersebut tentu saja tidak lepas dari dukungan dan doa dari orang-orang yang telah rela membantu penulis. Perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria** yang selalu mengasihi dan menjadi panutanku
2. **Bapak Aloysius Andono, AMapd. dan M.M Siti Nurhayati S.Pd** yang selalu mendukung baik secara spiritual maupun financial, ini persembahkan ndu untuk bapak dan ibu tersayang
3. **CB. Han Christian S.Pd, Agnes Patria Rosari S.Psi dan Kristanto** yang setia memberi semangat dan doa dan menjadi kakak-kakak luar biasa bagiku. Ndu sayang mamas dan mb tiw..
4. Ibu Fr.Anita Herawati M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan memberi pemikiran baru pada saat penulis mengalami kesulitan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA selaku penguji I dan ibu Dyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si selaku penguji II yang telah memberi masukan bagi penulis.

6. Seluruh staff TU, perpustakaan, dan bapak petugas parkir (pak Tri, pak Gotrek dan kawan-kawan) yang selalu memberi keceriaan sehingga penulis dapat sejenak melepaskan penat dengan canda tawa
7. Ajeng Anglaiana selaku pemilik Anglaina Nutik, Laras selaku pemilik Ladies Shop Ladies Shop, Bapak Rhenald Kasali, Bapak Budi, Ochi, Mb Tina, mb Andi yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi nara sumber bagi penulis
8. Sahabat-sahabatku yang luar biasa Teresia Mega Oktafianti S.Sos, Paulina Dewi S.sos, Yoselita Febrina Kusumaningrum, Fransiska Mery, Catharina Ceria Astriwi, Irene Dyota S.E (emak),Felecita Jatucita S.E (Citoel), Irene Retno S.E (Cinot), Topan Chondro, Agatha Krisderi, Dina Aktrisita S.Sos, Diego Pindho Bismoko, Patto Oemar, benedictu Cahyo, Tika Sirait S.Sos, Anindya Haswari. S.Sos, Dimas Utami S.Sos, Cosmas Renanthera, Arnita Sari, Laurencius Sinaga, dan teman-teman lain yang tak dapat kusebutkan satu persatu, kalian selalu dihati...
9. Teman, saudara, sahabat, Loka Insani Dewi (Upin), Andri Susi (Mb Aand), terimakasih atas semua kebersamaan, kegilaan, keceriaan, dan kekeluargaan yang kita lalui selama ini. Kalian keluarga ke dua ku...
10. Semua fasilitas yang mendukung si note book mungil, printer pintar, rexy motor yang senantiasa mengantarku kemana-mana, HP ku yang menemani dengan lagu-lagu yang memberi inspirasi, kalian benda mati yang disediakan Tuhan untuk membantuku. Terimakasih.
11. Semua pihak, teman-teman satu angkatan di Fisip,,Semangat!!! Aku akan merindukan kalian dan kota ini...Tuhan memberkati.

Yogyakarta, Maret 2011

Clara Yesica Nestri



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Teori.....	8
1. Manfaat Akademis.....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Komunikasi Pemasaran.....	9

2. Media Periklanan.....	18
3. Interactive Media.....	26
F. Kerangka Konsep.....	40
G. Metode Penelitian.....	46
1. Jenis Penelitian.....	46
2. Metode Pengumpulan Data.....	47
3. Subjek Penelitian.....	51
4. Analisis Data.....	54

## **BAB II SUBYEK PENELITIAN**

A. Sekilas Mengenai Facebook.....	57
B. Sekilas Mengenai Online Shop.....	63
1. Online Shop di Facebook.....	63
2. Online Shop Anglaina Nutik.....	63
a. Latar Belakang Dibentuknya.....	63
b. Kriteria Target Market.....	69
c. Jangkauan .....	69
d. Produk.....	70
e. Harga.....	71
3. Online Shop Ladies Shop Ladies Shop.....	71
a. Latar Belakang dibentuknya.....	72
b. Kriteria target market.....	73
c. Jangkauan.....	74

d. Produk.....	74
e. Harga.....	75
4. Online Shop Phie Garage.....	75
a. Latar Belakang dibentuknya.....	75
b. Kriteria target market.....	78
c. Jangkauan.....	78
d. Produk.....	79
e. Harga.....	80

### **BAB III HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

A. Hasil Penelitian.....	81
1. Mengenali Target Sasaran.....	82
2. Menyeleksi Media.....	88
3. Facebook Sebagai Media Promosi.....	91
4. Faktor-Faktor Yang Menentukan Online Seller memilih Facebook Sebagai Media Promosi.....	96
B. Hasil Analisis Data.....	110
1. Analisis Proses Komunikasi Pemasaran Anglaina Nutik dan Ladies ShopLadies Shop melalui Facebook.....	112
2. Analisis Faktor- Faktor Yang Menentukan Online Seller Memilih Facebook Sebagai Media Promosi.....	125

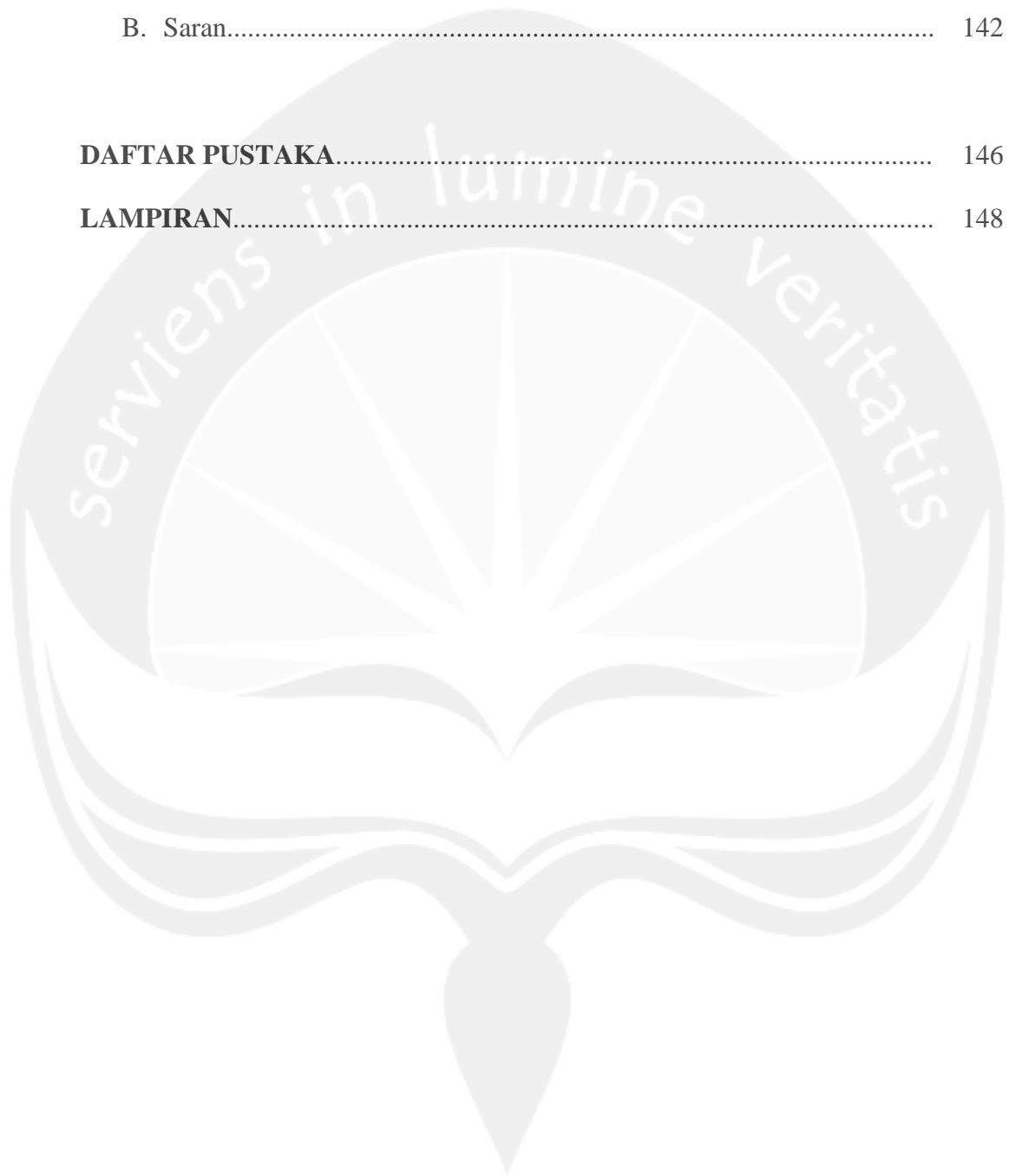
**BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan..... 137

B. Saran..... 142

**DAFTAR PUSTAKA..... 146**

**LAMPIRAN..... 148**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :	Kelebihan dan Keterbatasan Media.....	19
Tabel 3.1 :	Perhatian Konsumen mengenai kemudahan Akses.....	101
Tabel 3.2 :	Pengetahuan konsumen mengenai fitur Facebook.....	103
Tabel 3.3 :	Perhatian konsumen mengenai efektivitas proses interaksi dengan <i>Online Seller</i> melalui situs jejaring <i>Facebook</i> .....	107
Tabel. 3.4:	Perhatian konsumen mengenai efektivitas proses interaksi dengan <i>Online Seller</i> melalui situs jejaring <i>Facebook</i> .....	109

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 :	Model Komunikasi Pemasaran.....	10
Bagan 1.2 :	Kerangka Konsep.....	40
Bagan 3.1 :	Kerangka Konsep.....	110
Bagan3.2 :	Analisis Kerangka Konsep.....	111

