

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Ruang Lingkup	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Social Media	6
2.1.2 Karakteristik Social Media	7
2.1.3 Jenis Social Media	7
2.1.3.1 Facebook	7
2.1.3.2 Twitter	8
2.1.3.3 Instagram	8
2.1.4 Pengertian JLC	9
2.1.4.1 Manfaat Financial (financial Benefit)	9

2.1.4.2 Manfaat Sosial (social benefit)	10
2.1.4.3 Ikatan Struktural (structural ties)	10
2.1.5 Pengertian Efektifitas.....	11
2.1.6 Indikator Pemasaran Melalui Social Media.....	11
2.1.6.1 Online Communities	12
2.1.6.2 Interaction	12
2.1.6.3 Sharing of Content.....	12
2.1.6.4 Accessibility.....	12
2.1.6.5 Credibility	12
2.1.7 Pengertian Analisa SWOT	12
2.1.7.1 Strenghts (Kekuatan)	13
2.7.1.2 Weakness (Kelemahan)	13
2.7.1.3 Opportunities (Peluang)	14
2.7.1.4 Threats (Ancaman)	14
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Jenis Data	16
3.3 Analisis Data	16
3.4 Angket	18
3.4.1 Pemberian Kode Untuk Jawaban Pertanyaan Penutup	19
3.4.2 Bentuk angket	20
3.5 Competitive Profit Matriks (CPM)	21
3.6 Kerangka Analisis	23
BAB 4 ANALISA DAN PEMBAHASAN	

4.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Social Media JLC.....	24
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	24
4.2 Struktur Organisasi JNE	25
4.3 Proses Pendaftaran Menjadi Member JLC	26
4.4 Data Pertumbuhan Member JLC 2018	28
4.5 Bentuk Promosi JLC di Social Media.....	28
4.5.1 Bentuk Promosi dengan Keuntungan Menjadi Member	28
4.5.2 Bentuk Promosi Race Berhadiah	28
4.5.3 Bentuk Promosi Langkah Menjadi Member.....	29
4.5.4 Bentuk Promosi Testimoni Member	29
4.6 Data Followers Akun Sosial Media JNE_ID	30
4.7 Data Jumlah Post JLC di Social Media	31
BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN	
5.1 Analisis Company (Perusahaan)	32
5.1.1 Grafik Perbandingan Jumlah Member dengan Postingan Sosial Media. 32	
5.1.2 Jenis Postingan JLC Perbulan.....	32
5.1.2.1 Jenis Post Bulan Januari 2018	32
5.1.2.2 Jenis Post Bulan Februari 2018	34
5.1.2.3 Jenis Post Bulan Maret 2018	36
5.1.2.4 Jenis Post Bulan April 2018	37
5.1.2.5 Jenis Post Bulan Mei 2018	38
5.1.2.6 Jenis Post Bulan Juni 2018	40
5.2 Diagram Berdasarkan Platform Sosial Media	41
5.3 Rekapitulasi Penerapan Dimensi Social Media Semester 1 2018	43

5.4 Hasil Wawancara	45
5.5 <i>Strenght and Weakness</i> (Kekuatan dan Kelemahan)	47
5.5.1 Strenght (Kekuatan)	47
5.5.2 Weakness (Kelemahan)	48
5.6 Analisis Customer (Pelanggan)	49
5.6.1 Hasil Angket	49
5.7 Analisa Competitor	50
5.7.1 Hasil Matriks CPM	50
5.8 Opportunity and Threats	51
5.8.1 Opportunity	51
5.8.2. Threats	52
5.9 SWOT Analisis	53
5.9.1 Kolaborasi dengan Komunitas (SO1)	53
5.9.2 Video dari Online Shoper tentang Keuntungan menjadi Member JLC (SO2)	54
5.9.3 Mengadakan Blogger Gathering Membantu Informasi Tentang Member JLC (SO3)	54
5.9.4 Membuat Video atau Gambar yang Interaktif untuk Promosi (WO1) ..	55
5.9.5 Kuis Seputar Produk untuk Meningkatkan Minat Pelanggan (WO2) ...	55
5.9.6 Games Seputar Perusahaan dan Member JLC (WO3)	55
5.9.7 Memberikan Diskon Kepada Komunitas Online (ST1)	56
5.9.8 Memberikan Reward Kepada Pelanggan yang Aktif Mengumpulkan Poin Lewat Ecommerce (ST2)	56
5.9.9 Meningkatkan Responsifitas Terkait Customer Service (WT1)	57

5.9.10 Tag atau Mention untuk Meningkatkan Interaksi dalam Sebuah Promosi (WT2)	57
5.10 Strategi Alternatif	57
5.11 Strategi Pilihan	59
5.11.1 Giveaway (Kuis untuk Komunitas)	59
5.11.2 Diskon	60
5.11.3 Reward	61
5.11.4 Games	62
5.11.5 Tag atau Mention	63
BAB 6 KESIMPULAN	
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
Lampiran.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Analisis	23
Gambar 2. Struktur Organisasi JNE	25
Gambar 3. Tampilan website JLC	26
Gambar 4. Tampilan daftar menjadi JLC	27
Gambar 5. Promo Helicity	28
Gambar 6. Promo Race to Moscow	29
Gambar 7. Infografis Langkah Member JLC.....	29
Gambar 8. Testimoni Member JLC	30

Gambar 9. Grafik perbandingan JLC dengan post	32
Gambar 10. Grafik engagement Facebook	41
Gambar 11. Grafik engagement Twitter	42
Gambar 12. Grafik engagement Instagram.....	42
Gambar 13. Quiz Tosca bersama JLC	60
Gambar 14. Gratis ongkir untuk member JLC	61
Gambar 15. Voucher untuk member JLC	61
Gambar 16. Games promosi JLC.....	62
Gambar 17. Promosi menggunakan fitur TAG.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Teknik pengumpulan data.....	15
Tabel 2. SWOT analisis	16
Tabel 3. System skor angket	19
Tabel 4. Bentuk Angket	20
Tabel 5. Tabel CPM.....	21
Tabel 6. Pertumbuhan member JLC tahun 2018	27
Tabel 7. Pertumbuhan follower JNE tahun 2018.....	30
Tabel 8. Total post JLC perbulan.....	31
Tabel 9. Jenis postingan Januari	32
Tabel 10. Jenis postingan Febuari.....	34
Tabel 11. Jenis postingan Maret	35
Tabel 12. Jenis postingan April	37

Tabel 13. Jenis postingan Mei	38
Tabel 14. Jenis postingan Juni	40
Tabel 15. Rekapitulasi Penerapan Dimensi Social Media.....	34
Tabel 16. Hasil angket	49
Tabel 17. Hasil matriks CPM	50
Tabel 18. Hasil SWOT analisis.....	53
Tabel 19. Pilihan strategi	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara	69
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner.....	72