



**IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS MEDIA JEJARING
SOSIAL *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA NEW
STAR CINEPLEX CABANG JEMBER**

*(e- Commerce Implementation of Facebook Social Media Network-Based as A
Promotion Media In New Star Cineplex Jember Branch)*

SKRIPSI

Oleh

**DERRY RACHMAT
NIM 090910202011**

Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M.Si

Pembimbing Anggota : Yuslinda Dwi H. S.sos, M.AB

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS MEDIA JEJARING
SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA
NEWSTAR CINEPLEX CABANG JEMBER**

*(e- Commerce Implementation of Facebook Social Media Network-Based as A
Promotion Media In New Star Cineplex Jember Branch)*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi
Ilmu Administrasi Bisnis dan Mencapai Gelar
Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**DERRY RACHMAT
090910202011**

Pembimbing

Dosen pembimbing utama : **Dr. Sasongko, M.Si**

Dosen Pembimbing Anggota : **Yuslinda Dwi H. S.sos, M.AB**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada Sang Pencipta, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan ibu yang saya cintai, Bandi Suprpto dan Juarsih, terima kasih yang tak terhingga atas semua pengorbanan, cucuran keringat, kesabaran dan doa yang tak henti-hentinya selalu mengiri setiap langkahku. Suatu kebanggaan untukku menjadi bagian dari keluarga ini.
2. Kakak-kakakku, Ririn Widyaningsih, Rita Damayanti dan Deni Wahyu Pranoto serta keluarga besar yang ku sayangi, terimakasih atas candaan, dukungan, perhatian serta doa yang diberikan demi tercapainya keberhasilanku selama ini.
3. Almamater yang kubanggakan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Guru-guruku sejak TK hingga Perguruan Tinggi yang ku hormati, yang telah memberikan ilmu dan membimbingku dengan penuh kesabaran.

MOTTO

“The Internet has been one of the most influential technological inventions of the late twentieth century, and its impact continues into the twenty-first century. The Internet has affected the way business and society communicates”.

(RANA TASSABEHJI)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Derry Rachmat

NIM : 090910202011

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Implementasi E-Commerce Berbasis Media Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Newstar Cineplex Cabang Jember” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 30 September 2013

Yang menyatakan,

Derry Rachmat

NIM 090910202011

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS MEDIA JEJARING
SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA NEW
STAR CINEPLEX CABANG JEMBER**

*(e- Commerce Implementation of Facebook Social Media Network-Based as A
Promotion Media In New Star Cineplex Jember Branch)*

Oleh

**DERRY RACHMAT
NIM 090910202011**

Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M.Si

Pembimbing Anggota : Yuslinda Dwi H. S.sos, M.AB

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul: "Implementasi E-Commerce Berbasis Media Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada New Star Cineplex Cabang Jember" telah diuji dan disahkan pada :

Hari, tanggal : Rabu, 8 Januari 2014

Jam : 11.00 WIB

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji
Ketua,

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM
NIP. 19750825 2002212 1 002

Anggota I,

Dr. Sasongko, M.Si
NIP. 19570407 198609 1 001

Anggota III,

Drs. Poerwanto, MA
NIP. 19490715 198403 1 002

Anggota II

Yuslinda Dwi H, S.Sos, M.AB
NIP. 19790919 200812 2 001

Anggota IV,

Drs. I Ketut Mastika, MM
NIP. 19540202 198403 1 004

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP.195207271981031003

RINGKASAN

Implementasi E-Commerce Berbasis Media Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Newstar Cineplex Cabang Jember; oleh Derry Rachmat; 090910202011; 2013; 81 Halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Semakin berkembangnya penggunaan internet dewasa ini berimplikasi pada aktivitas *e-commerce* yang juga senantiasa berkembang, hal ini telah dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, salah satunya yaitu pemanfaatan media jejaring sosial yang ada pada internet sebagai media promosi perusahaan. Seperti halnya yang dilakukan oleh NewStar Cineplex Jember yang memanfaatkan *e-commerce* yang berbasis media jejaring sosial *Facebook* sebagai media promosi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan implementasi e-commerce berbasis media jejaring sosial Facebook sebagai media promosi pada NewStar Cineplex Jember.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian maka tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif, metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam melalui wawancara beberapa pihak terkait yang dijadikan sebagai informan dengan menggunakan metode *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa e-Commerce yang berbasis media jejaring sosial Facebook yang dijadikan sebagai media promosi dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu, menentukan tujuan dalam melakukan kegiatan promosi, pertimbangan anggaran dengan efisiensi, keputusan informasi/pesan yang ingin disampaikan, dan yang terakhir yaitu penetapan media dengan didasarkan praktek dasar promosi yang berupa modifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan, kemudian hal terakhir yang dilakukan yaitu mengevaluasi kegiatan e-Commerce sebagai media promosi tersebut.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi E-Commerce Berbasis Media Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Newstar Cineplex Cabang Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan juga selaku Dosen Pembimbing Utama;
3. Drs. Suhartono, MP., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Jember;
4. Yuslinda Dwi H. S.sos, M.AB., selaku Dosen Pembimbing Anggota;
5. Drs. Poerwanto, MA., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan;
7. Kabag serta segenap staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
8. Bapak Bambang Sugiarto selaku Manajer NewStar Cineplex Cabang Jember terima kasih banyak karena telah memberikan izin untuk dapat melakukan penelitian di NewStar Cineplex Cabang Jember;

9. Bapak Wanda Juliant Djojo Sapoetro selaku admin dari akun *facebook* NewStar Cineplex Cabang Jember terima kasih atas keramahan serta kebaikan yang telah meluangkan waktunya untuk bersedia membantu kelancaran penelitian serta memberikan informasi mengenai perusahaan dengan jelas;
10. Teman-teman dari Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, khususnya angkatan 2009 yang telah memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Sahabat-sahabat almamaterku khususnya angkatan 2009 yang telah memberikan bantuan, semangat dan teman diskusi, Rachma Imami, Historica Aposeto, Pujo, Kevin, Andre, Tiara, Arie, Nobika, Dodi, Fitri, Deris, Echa, Cincong, serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu;
12. Sahabat-sahabat tercinta diluar lingkup kampus yang telah memberikan motivasi, semangat dan candaan, Palapa Kids, Hanila Basecamp, Musashi-San, khususnya Hardinas, Defantama, Agung, Resa, Arif, Vivi, Petot, Mba Ama, Dana, Imam, Fara, Dedew, Ichal, Tajir, serta teman-temanku yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua budi baik yang diberikan kepada penulis selama ini, penulis menyadari bahwa di dalam Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1 1.1
Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Pemasaran Jasa	12
2.2.1 Sifat dan Karakteristik Jasa.....	12
2.2.2 Bauran Pemasaran Jasa	14
2.2.3 Pemasaran Jasa Berbasis Internet	15
2.3 Promosi	17
2.3.1 Bauran Promosi.....	18

2.4 Internet.....	19
2.4.1 <i>Social Network Media</i>	20
2.5 E-Commerce	22
2.5.1 Jenis-jenis e-Commerce	24
2.5.2 Manfaat e-Commerce.....	27
2.6 Implementasi e-Commerce Sebagai Media Promosi	29
2.7 Bioskop.....	31
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Tipe Penelitian.....	35
3.2 Tahap Persiapan	35
3.3 Tahap Pengumpulan data	38
3.3.1 Pengumpulan Data Primer	38
3.3.2 Pengumpulan Data Sekunder	39
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	39
3.5 Tahap Analisis Data.....	40
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	43
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.3 Struktur Perusahaan	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.2.1 Analisis Domain.....	48
4.2.2 Analisis Taksonomi	52
a. Penetapan Tujuan (<i>Mission</i>).....	52
b. Penetapan Anggaran (<i>Money</i>).....	53
c. Keputusan Pesan (<i>Message</i>).....	54

d. Penetapan Media (<i>Media</i>)	56
e. Keunggulan dan Kelemahan e-Commerce.....	70
4.3 Interpretasi	76
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Lima Kategori e-Commerce.....	23
2.2 Karakteristik Kunci e-Commerce Gelombang Pertama dan Kedua	25
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
3.1 Model Analisis Domain	38
3.2 Model Analisis Taksonomi	39
4.1 Media yang Digunakan Dalam Aktivitas Promosi	
NewStar Cineplex Jember.....	46
4.2 Matriks Implementasi e-Commerce Berbasis Media Jejaring Sosial	
Facebook Sebagai Media Promosi.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia	2
1.2 <i>Top Sites Rank</i>	4
1.3 Grafik Facebook VS Twitter	5
1.4 Grafik Perkembangan Produksi Film Indonesia	6
1.5 Tampilan Situs Imdb.com	7
2.1 Media Jejaring Sosial Berdasarkan Tahun Pembuatan	20
2.2 Tahapan Proses Strategi Periklanan Dalam e-Commerce	30
4.1 Struktur Organisasi NewStar Cineplex	45
4.2 Informasi yang diberikan NewStar Cineplex Jember	52
4.3 Tampilan Awal Situs Gmail.com.....	54
4.4 Kolom Pendaftaran akun pada server Gmail.com	55
4.5 Tampilan Awal Facebook.....	56
4.6 Praktek Dasar Tujuan Promosi Berupa Modifikasi Tingkah Laku.....	58
4.7 Praktek Dasar Tujuan Promosi Berupa Memberitahu	59
4.8 Praktek Dasar Tujuan Promosi Berupa Membujuk	60
4.9 Praktek Dasar Tujuan Promosi Berupa Mengingatkan.....	61
4.10 Proses Pertukaran Informasi Melalui Akun Facebook NewStar Cineplex Jember	63