



**Strategi Con-Merce pada Startup Bisnis Asisten Pribadi Virtual dalam
Membangun**

Brand Awareness di Jakarta Tahun 2015

(Studi Kasus pada website www.yesbossnow.com)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Nama : Karina Chairunnisa

NIM : 44313110111

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI CON-MERCE PADA BISNIS STARTUP ASIS-
TEN PRIBADI VIRTUAL DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS DI JAKARTA TAHUN 2015 (STUDI
KASUS PADA WWW.YESBOSSNOW.COM

Nama : Karina Chairunnisa

NIM : 44313110111

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 26 Maret 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CON-MERCE PADA BISNIS STARTUP ASISTEN PRIBADI VIRTUAL DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI JAKARTA TAHUN 2015 (STUDI KASUS PADA WWW.YESBOSSNOW.COM)**

Nama : Karina Chairunnisa

NIM : 44313110111

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 26 Maret 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si)

Ketua Bidang Studi Periklanan
dan Komunikasi Pemasaran

(Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Program Studi Komunikasi

(Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI CON-MERCE PADA BISNIS STARTUP
ASISTEN PRIBADI VIRTUAL DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS DI JAKARTA TAHUN 2015 (STUDI
KASUS PADA WWW.YESBOSSNOW.COM)

Nama : Karina Chairunnisa

NIM : 44311110111

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 22 Maret 2016

Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si

(.....)

Penguji Ahli,

Drs. Dadan Iskandar, M.Si

(.....)

Pembimbing I

Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si

(.....)

MOTTO

No Matter How Slow We Go As Long We Never Stop and Give Up

Tidak peduli seberapa lambat kita bergerak yang penting kita tidak berhenti dan menyerah.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia serta berkah dan kasih sayang sehingga memberikan jalan terang kepada hamba-Nya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising. Dengan terselesaikannya skripsi ini, peneliti sadar masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, tetapi peneliti berharap skripsi ini berguna bagi kita semua.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing dan ketua program studi marketing communication and advertising Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan, saran dan ilmunya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dosen, dan staff karyawan di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan informasi selama peneliti menempuh masa kuliah.
3. Bapak Reynir Fauzan yang mengizinkan peneliti memperoleh data dan melakukan penelitian pada startup Yesboss
4. Narasumber yang telah menyediakan waktu dalam wawancara penelitian.
5. Bapak H. Muhammad Sa'id Ridwanulloh Azzarqowi SE, MM selaku Ayah dan juga pembimbing baik teknis dan spiritual yang banyak membantu peneliti menyelesaikan skripsi
6. Adik-adik dan keluarga besar yang memberikan dukungan dan doa kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman grup Whatsapp UMB Markom 23 untuk kebersamaan, kekeluargaan, support dan semangatnya kepada peneliti selama ini.
8. Sahabat, partner, teman-teman di Mercubuana Meruya, Pak Indiwani Seto, Pak Farid Hamid, Pak Sugihantoro, Bu Berliani Ardha dan orang-orang yang menyepelkan peneliti untuk semangat, dukungan, kebersamaan, ilmu dan doanya kepada peneliti

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, peneliti memohon saran dan kritik yang membangun agar dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.



Jakarta, 13 Maret 2016

Karina Chairunnisa

NIM : 44313110111

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I.	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Teoritis / Akademis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II.	
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Komunikasi Pemasaran	11
2.3. Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	17
2.4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	20
2.4.1 Direct Marketing.....	21
2.5. Brand.....	22
2.5.1. Pengertian Brand	22
2.5.2. Citra Merek	24

2.6	Komponen Pembentuk Citra Merek.....	25
2.6.1.	Brand Awareness	25
2.6.2.	Brand Association.....	27
2.7	Digital Communication.....	28
2.7.1	Tiga Prinsip Dasar dalam Digicomm	31
2.8	<i>E-commerce</i>	33
2.8.1.	Definisi <i>e-commerce</i>	33
2.8.2.	Komponen Dalam <i>e-commerce</i>	37
2.8.3	Jenis <i>e-commerce</i>	38
2.9	Komunikasi Antar Pribadi.....	40
2.10	Strategi Conversational Commerce (Con-Merce).....	43
BAB III.		
	METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1.	Paradigma Penelitian	47
3.2.	Tipe Penelitian.....	47
3.3.	Metode Penelitian	48
3.4.	Subjek Penelitian	49
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1.	Data Primer	50
3.5.2.	Data Sekunder.....	51
3.6.	Teknik Analisis Data	51
3.7.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
BAB IV.		
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
4.1.1.	Profil Objek Penelitian	57
4.1.2.	Tampilan Homepage Yesboss.....	60
4.1.3.	Logo Yesboss.....	61
4.1.4.	Data Informan.....	62

4.2. Hasil Penelitian.....	63
4.3. Pembahasan	69
BAB V.	
KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	ix



UNIVERSITAS
MERCU BUANA