



**“ STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OKEZONE.COM
DALAM MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN DI MEDIA
INTERNET (Periode Januari – Maret 2011) “**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing & Advertising

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:
AGUNG PUDHITOMO

44306010020

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Agung Pudhitomo
NIM : 44306010020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Study : Marketing Communication and Advertising
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Okezone.com dalam Menarik Minat Pemasang Space Iklan di Media Internet (Periode Januari – Maret 2011) “.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta , 11 Agustus 2011

Mengetahui,

Pembimbing

(SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Agung Pudhitomo
NIM : 44306010020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Study : Marketing Communication and Advertising
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Okezone.com dalam Menarik Minat Pemasang Space Iklan di Media Internet (Periode Januari – Maret 2011) “.

Jakarta , 18 Agustus 2011

Ketua Sidang
(Dra.Tri Dhiah Cahyowati, M. Si)

: (.....)

Penguji Ahli
(A. Judhie Setiawan, SE, M. Si)

: (.....)

Pembimbing
(SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

: (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Agung Pudhitomo
NIM : 44306010020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Study : Marketing Communication and Advertising
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Okezone.com dalam Menarik Minat Pemasang Space Iklan di Media Internet (Periode Januari – Maret 2011) “.

Jakarta , 18 Agustus 2011

Pembimbing

(SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M. Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunianya atas segala kehendaknya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ” *Strategi Komunikasi Pemasaran Okezone.com dalam Menarik Minat Pemasang Iklan di Media Internet (Periode Januari – Maret 2011)* ”.

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan studi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana Jakarta, untuk meningkatkan kualitas dan peran serta mahasiswa dalam kecerdasan bangsa.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah banyak membimbing penulis, baik secara material maupun spiritual. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis, sehingga memacu penulis untuk terus mempelajari banyak hal dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Kepala Program Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, yang telah membantu penulis dalam dunia perkuliahan ini.

3. Bapak DR. Farid Hamid, M.Si selaku dosen pembimbing akademik jurusan Marketing Communication & Advertising, yang telah membantu penulis dalam menjalani masa – masa studi di Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Diah Wardhani selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bapak Hardiyanto Jatmiko selaku Wakil Dekan Fakultal Ilmu Komunikasi.
5. Dosen – dosen Pengajar dan juga seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang sangat baik dalam memberikan ilmu pengetahuan dan prakteknya serta melayani para mahasiswa.
6. Bapak Bardan Almahdali, selaku Head of Marketing Okezone.com dan Mba Laras Ageng Priyanti, selaku Sales Marketing Group Head Okezone.com. Terima kasih karena sudah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
7. Kedua orang tuaku tercinta Bpk. Sardi dan Ibu Purwanti, Kakak dan Adikku tersayang Sari Pujitama dan Diyan Fitria, Terima kasih yang tak terhingga untuk kasih sayang yang terucap dalam setiap doa dan bantuan baik moril maupun materil yang kalian luangkan untukku.
8. My Lovely, Yona Marcellina & keluarga yang telah memberikan motivasi dan semangat serta mendo’akan penulis, sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
9. Teman - teman seperjuanganku di Marcomm & Advertising 2006: Indra, Fandri, Cecep, Irfan, Irul, Febri, Mutia, Nining, Sari, Mia, Saskya, Kristofer, Rendra, Lucky, Hamdi, Harianto, Yudha, dll. (tetap semangatd guys n keep contact, kita bertemu lagi pas smw’a udah pada suksess, amin..)
10. Teman - temanku di Universitas Mercu Buana, Seluruh Keluarga Besar FPC (Fikom Photography Club), Hima Pariwisata, Team Rainet Hama5, Doenath33,

Larsix-asik, Uno Nalki, Duins, dan para sahabat diluar sana yang selalu memberikan semangat serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna, sehingga penulis berharap adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian lainnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca, penulis, dan kita semua. Amin.. Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih ata semua bimbingan dan dorongan dari semua pihak.



Jakarta, Agustus 2011

UNIVERSITAS
MERCU BUANA **Agung Pudhitomo**

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI | ii |
| LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAKSI | v |
| KATA PENGHANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | ix |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.4.1 Manfaat Praktis | 8 |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis | 8 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Komunikasi Sebagai Unsur Pendukung Pemasaran | 9 |
| 2.2 Komunikasi Pemasaran Online | 13 |
| 2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran | 16 |
| 2.3.1 Analisa Faktor Kunci | 21 |
| 2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran | 23 |
| 2.3.3 Positioning | 24 |
| 2.3.4 Anggaran Komunikasi | 25 |
| 2.3.5 Riset dan Evaluasi | 26 |
| 2.4 Segmentasi, Targeting, dan Positioning | 27 |
| 2.4.1 Segmentasi Pasar | 28 |
| 2.4.2 Targeting | 30 |

| | |
|--|----|
| 2.4.3 Positioning | 31 |
| 2.5 B-to-B and B-to-C dalam Komunikasi Pemasaran | 32 |
| 2.6 Alat – Alat Komunikasi Pemasaran | 34 |
| 2.7 Website Sebagai Sarana Beriklan | 40 |
| 2.7.1 Pemasaran Melalui Website | 41 |
| 2.7.2 Bentuk – Bentuk Periklanan dalam Website | 42 |
| 2.7.3 Kelebihan dan Kekurangan Website..... | 44 |

BAB III METODELOGI PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.1 Sifat Penelitian | 46 |
| 3.2 Metode Penelitian | 47 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 3.3.1 Data Primer | 48 |
| 3.3.2 Data Sekunder | 49 |
| 3.4 Nara Sumber | 49 |
| 3.5 Definisi Konsep | 50 |
| 3.6 Fokus Penelitian | 50 |
| 3.7 Teknik Analisa Data | 51 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 53 |
| 4.1.1 Sekilas Tentang Okezone.com | 53 |
| 4.1.2 Lokasi Penelitian Okezone.com | 54 |
| 4.1.3 Layanan dari Okezone.com | 54 |
| 4.1.4 Program Beriklan di Okezone.com | 55 |
| 4.2 Struktur Media Okezone.com | 57 |
| 4.2.1 Frekuensi Pemberitaan Okezone.com | 57 |
| 4.2.2 Format Isi Berita di Okezone.com | 57 |
| 4.2.3 Format Beriklan di Okezone.com | 66 |
| 4.2.4 Rate Card Iklan Okezone.com | 75 |
| 4.2.5 Kelas Sosial Budaya di Okezone.com | 76 |

| | |
|--|----|
| 4.3 Hasil Penelitian | 77 |
| 4.3.1 Analisis Faktor Kunci Okezone.com | 78 |
| 4.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran Okezone.com | 82 |
| 4.3.3 Segmentasi, Targeting, Positioning Okezone.com | 84 |
| 4.3.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Okezone.com | 87 |
| 4.3.5 Alat – alat Komunikasi Pemasaran Okezone.com | 90 |
| 4.3.6 Riset dan Evaluasi Okezone.com | 92 |
| 4.4 Pembahasan | 93 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan | 104 |
| 5.2 Saran | 106 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 107 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 107 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

UNIVERSITAS
MERCU BUANA