



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

HENDRA NINGRAT

4430801-034

Ilmu Komunikasi

Marketing Communication & Advertising

Strategi Media Online Iklan launching Motor Yamaha Mio J Oleh Biro Iklan PT.

Cipta Idea Click Communication Tahun 2012

Jumlah isi/Bibliografi 79 Halaman/19 Buku (1979-2009)

ABSTRAKSI

Seiring dengan perkembangan jaman, periklananpun juga ikut berkembang. Salah satu hal yang mengalami perkembangan adalah media periklanan. Pada saat ini muncul media baru yang bernama *internet* atau biasa disebut dengan media online.

Pada tahun 2012 ini, pasar Indonesia kembali menggeliat dengan adanya perang antar pabrikan motor. Honda dan Yamaha pada tahun ini kembali menggebrak pasar dengan produk barunya. Tetapi Yamaha kembali merajai pasaran dikarenakan keunggulan produknya serta positioning yang telah lama dibangun.

Yamaha mengeluarkan produk baru yaitu Mio J, motor matic dengan kelebihan mesin injeksi. Yamaha telah beriklan pada hampir semua media yang ada, yang menarik adalah Yamaha menggunakan media online (*internet*) sebagai media pelengkap dalam kampanye iklannya. Dengan begitu dibutuhkan strategi media yang jitu dalam beriklan pada media online, agar pesan iklan tersebut tepat sasaran. Sebagai landasan dari penelitian ini digunakan teori dari Terence A. Shimp, yaitu strategi media itu terdiri dari empat kegiatan yang saling berkaitan antara lain : memilih audiens, menspesifikasi media, memilih kategori media, membeli media.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana strategi media online iklan launching motor Yamaha Mio J oleh biro iklan PT. Cipta Idea Click Communication tahun 2012. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Media Yamaha Mio J ditujukan untuk kalangan remaja yang stylish dan inovatif yang menginginkan model motor dengan performa yang bertenaga. Pelaksanaan strategi media Yamaha Mio J mengacu pada segmen konsumen, kreatifitas, penggunaan media online dan penjadwalan.

Tujuan utama dalam kegiatan kampanye iklan Yamaha Mio J adalah untuk mendapatkan awareness dari audiensnya, mengingat Produk tersebut merupakan produk baru yang belum di kenal masyarakat. Kreatifitas dalam strategi media online Yamaha Mio J terletak pada bentuk medianya itu sendiri, dimana adanya kombinasi antara audio dan visual (berupa video dan gambar) .