



**STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA ONLINE
DALAM KEGIATAN PERIKLANAN PRODUK MAICIH
TAHUN 2011**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Kristel Lovitasari

44310110104

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA ONLINE DALAM
KEGIATAN PERIKLANAN PRODUK MAICIH TAHUN 2011.

Nama : Kristel Lovitasari

Nim : 443010110104

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juli 2012

Mengetahui,
Pembimbing

(Sugihantoro, S.Sos)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Kristel Lovitasari
NIM : 443010110104
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA ONLINE DALAM KEGIATAN
PERIKLANAN PRODUK MAICIH TAHUN 2011.

Jakarta, Juli 2011

1. Ketua Sidang

Nama : **Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si**

()

2. Penguji Ahli

Nama : **Dicky Andika, S.Sos, M.Si**

()

3. Pembimbing

Nama : **Sugihantoro, S.Sos**

()



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Kristel Lovitasari

NIM : 443010110104

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Judul : STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA ONLINE DALAM KEGIATAN
PERIKLANAN PRODUK MAICIH TAHUN 2011.

Jakarta, Juli 2012

Pembimbing

(Sugihantoro, S.Sos)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Pertama-tama dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan Puji Syukur atas kasih setia dan berkat yang tidak pernah habisnya dari Tuhan Yesus Kristus, sehingga Ia memberikan kelancaran, kemudahan dan juga memampukan penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Strategi Penggunaan Media Online dalam Kegiatan Periklanan Produk Maicih Tahun 2011”**.

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana jurusan Marketing Communication and Advertising.

Tidak lupa penulis berterima kasih kepada para pihak yang telah memberikan bantuan dukungan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk Sugihantoro, S.Sos, selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah banyak memberikan waktu, pengarahan, masukan, dan pengetahuannya. Terima kasih untuk kesabaran dan perhatian yang diberikan dari awal sampai akhir skripsi ini dikerjakan
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku kaprodi Marcom dan Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku sekjur Marcom. Terima kasih atas waktu dan bimbingannya serta memberikan informasi dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini.
3. Bpk. Dicky Andika, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih atas kesediaannya menguji dan mengoreksi skripsi ini sehingga dapat diperbaiki menjadi lebih baik.

4. Keluarga besar penulis yang senantiasa mendampingi. Papa Christian Purwanto dan mama Rachel Henny Loritta orang tua tercinta terima kasih atas perhatian, perjuangan, dukungan, doa, kasih sayang serta tekanan yang penulis tahu itu untuk keberhasilan di masa depan. Ribka Lotty Purwitasari terima kasih untuk semua dukungan dan motivasi yang membangun serta menjadi kakak yang baik, serta adik terkasih Abram Loddy Purwanto atas sikap labilnya yang selama ini mewarnai kehidupan penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Mercu Buana terkhusus dosen Marcom yang telah yang membantu dan memberikan masukan dari berbagai pandangan pengetahuan yang berguna untuk masukan pada skripsi ini dan mengajar serta memberi bekal ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya dari semester awal sampai akhir. Pelajarannya sungguh membuat penulis semakin mengenal dunia marcom dan membuat penulis semakin siap untuk memasuki dunia pekerjaan.
6. Kepada seluruh staf Tata Usaha FIKOM Universitas Mercu Buana terkhusus Bapak Samsudin yang telah banyak membantu dan seluruh staf Perpustakaan yang telah memberikan kemudahan dalam keperluan akademis penulis. Terima kasih banyak atas kerjasama, pelayanan dan dukungannya hingga akhir.
7. PT. Maicih Inti Sinergi. Kepada mas Nikko, mas Reza terima kasih atas informasi yang diberikan, kepada Firas, Devy, dan Mas Edy selaku distributor Maicih yang telah banyak membantu penulis. Kepada Mba Mega dan Kiki adv ui07 selaku media analyst Think Web terima kasih atas kesempatan dan informasi yang diberikan.

8. Teman-teman dan keluarga besar Marcom angkatan 17 yang sudah bekerja keras bersama. Susah senang dilewati bersama dengan tawa dan keluhan, komentar dan pujian. Terkhusus kepada Dini Agustina atas motivasi, support dan kebersamaannya, Atika Listyani, mba Lucia, abang Sofa Sofian, uni Indah, mas Andri, my labils friend Netnot Marlina Sabanita dan ex meruya student anyn, tante eva. SEMANGAT!!
9. Kepada sahabat Moronista UI07, teman labils Chairmate KR29 dan strangers guys, serta teman terkasih lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. Terima kasih atas support, kebersamaannya, riang-canda, kekompakan dan kenangan indah yang boleh dilewati. We always have a good time ☺
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih segala bantuan, kerjasama dan semangat yang telah mewarnai kehidupan penulis selama ini.

Akhir kata dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan. Sungguh hasil skripsi ini penulis kerjakan bukan dengan kemampuan penulis tapi dengan campur tangan Tuhan Yesus. Terima kasih.

Jakarta, Juli 2012

Penulis

(Kristel Lovitasari)

DAFTAR ISI

Halaman

Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Signifikasi Penelitian	
1.4.1 Secara Akademis	10
1.4.2 Secara Praktis	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran	
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Online.....	14
2.2 Segmenting, Targeting, Positioning	17

2.2.1 Segmenting	18
2.2.2 Targeting.....	19
2.2.3 Positioning	21
2.3 Strategi Pemasaran.....	24
2.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran	26
2.5 Strategi Media Periklanan	
2.5.1 Pengertian Strategi Media	27
2.5.2 Proses Strategi Media.....	32
2.5.3 Elemen Strategi Media	34
2.5.3.1 Faktor Strategi Media.....	37
2.5.3.2 Faktor Bauran Media.....	39
2.5.3.3 Fleksibilitas.....	40
2.6 Media Periklanan	
2.6.1 Pengertian media.....	41
2.6.2 Jenis Media Periklanan	
2.6.2.1 Above The Line	41
2.6.2.2 Below The Line.....	51
2.6.3 Karakteristik Media Online	52

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	60
3.2 Metode Penelitian	62

3.3 Teknik Pengumpulan Data	63
3.4 Nara Sumber.....	64
3.5 Definisi Konsep	65
3.6 Fokus Penelitian	65
3.7 Teknik Analisis Data.....	66

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	
4.1.1 Sejarah PT. Maicih Inti Sinergi	68
4.1.2 Visi dan Misi PT. Maicih Inti Sinergi	70
4.1.3 Arti Logo Maicih	70
4.1.4 Struktur Organisasi	71
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Analisis Situasi Lingkungan.....	73
4.2.2 Analisa Target Konsumen	78
4.2.3 Tujuan Media	82
4.2.4 Perencanaan dan Pelaksanaan Strategi Media	
4.2.4.1 Pemilihan Audien Sasaran	84
4.2.4.2 Jangkauan.....	85
4.2.4.3 Frekuensi.....	87
4.2.4.4 Pemilihan Media dan Sarana	88
4.2.4.5 Bobot Media.....	93

4.2.4.6 Penjadwalan Media	93
4.2.4.7 Pembelian Media.....	94
4.2.5 Evaluasi dan Tindak Lanjut	95
4.3 Pembahasan.....	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran	
5.2.1 Saran Akademis.....	110
5.2.2 Saran Praktis.....	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Strategi Media	33
Bagan 2 Struktur Organisasi.....	71

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Pemilik account Twitter	86
Grafik 2 Penggunaan Twitter	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Produk Maicih	69
Gambar 2 Logo Maicih	70
Gambar 3 Logo Kompetitor	71
Gambar 4 Account Twitter Maicih	91
Gambar 5 Website Maicih.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Omset Maicih.....	107
---------------------------	-----