



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING**

ABSTRAKSI

KRISTEL LOVITASARI (44310110104)

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

xii + 111 halaman; 2 bagan; 2 grafik; 5 gambar; 1 tabel.

bibliografi: 29 buku (1991-2011); 9 situs internet, dan lampiran.

Perkembangan dari media massa tradisional menjadi media yang lebih modern diterima dengan baik dan terbuka oleh penggunaanya walaupun itu berubah dari format tradisional menjadi format digital yang salah satunya adalah media online. Perkembangan media online ini sedikit banyak telah mempengaruhi perekonomian karena sifatnya yang interaktif, efektif dan efisien dalam berpromosi. Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi yang ada sekarang ini PT. MAICIH INTI SINERGI pun memanfaatkannya menjadi salah satu media berpromosi produk MAICIH. Maka tujuan penelitian yang dilakukan peneliti adalah ingin mengetahui strategi penggunaan media online dalam kegiatan periklanan produk Maicih pada tahun 2011 yang mana pemilihan media online ini terbilang baru penggunaannya dalam berpromosi untuk menjangkau target.

Teori yang digunakan dalam penelitian strategi media didalam pembahasan skripsi ini adalah berdasarkan definisi George dan Michael Belch, yaitu: (1) Penentuan target konsumen, (2) Menentukan tujuan media, (3) Perencanaan dan pelaksanaan strategi media, dan (4) Evaluasi dan tindak lanjut.

Metodologi yang digunakan bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode analisis studi kasus yang sudah berlangsung pada objek analisis. Dalam pengumpulan data, penulis mempunyai dua metode pengumpulan data yaitu data primer yang mana didapat dari wawancara langsung dengan nara sumber berkompeten dan data sekunder yang mana data didapat dari studi kepustakaan dan website perusahaan yang berkaitan dengan permasalahan didalam penelitian.

Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. MAICIH INTI SINERGI dalam kegiatan periklanan produk MAICIH adalah lebih menitik beratkan kepada strategi media ATL. Penggunaan media tersebut dirasa cukup untuk menjangkau target sarasannya. Diharapkan dengan strategi periklanan yang terarah serta perencanaan media yang matang, efektif dan efisien hasilnya pun akan maksimal, sehingga tujuan dari komunikasi pemasaran perusahaan dapat tercapai.