



**STRATEGI INTERNET MARKETING
TVI EXPRESS (PT TVI Express Indonesia)**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

APREZIA ANJANIE

44309110062

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2012**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Aprezia Anjanie
NIM : 44309110062
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communications
Judul : Strategi Internet Marketing TVI Express
(PT TVI Express Indonesia)

Jakarta, 29 Oktober 2012

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

(Endri Listiani., S.IP, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Aprezia Anjanie
NIM : 44309110062
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communications
Judul : Strategi Internet Marketing TVI Express
(PT TVI Express Indonesia)

Jakarta, November 2012

Disetujui dan diterima oleh,
Dosen Pembimbing

(Endri Listiani S.IP, M. Si)

Mengetahui,

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M. Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

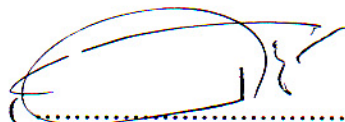
Nama : Aprezia Anjanie
NIM : 44309110062
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communications
Judul : Strategi Internet Marketing TVI Express
(PT TVI Express Indonesia)

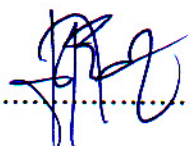
Jakarta, November 2012

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
(Suryaning Hayati, MM)
2. Penguji Ahli
(Dr. Farid Hamid, M. Si)
3. Pembimbing
(Endri Listiani., S.Ip., M. Si)

()

()

()

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan hanya bagi Allah SWT, yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi yang berjudul “Strategi Internet Marketing TVI Express’. Penulisan ini merupakan syarat wajib untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Marketing Communications, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta. Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar karena belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas. terselesaikannya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila peneliti mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Ibu Endri Listiani S.IP, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang sangat berperan dalam pembuatan skripsi ini beserta Ibu Suryaning Hayati, MM selaku Ketua sidang dan Bp. Farid Hamid U ., S.Sos., M. Si. selaku penguji ahli, “Terima kasih untuk semua ilmu dan bimbingannya selama ini”.
2. Dra. Diah Wardhani, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana
3. Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si., selaku Ketua Program Bidang Studi Marketing Communications
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti sehingga menjadi bekal ilmu untuk perjalanan hidup peneliti
5. Para staf Administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah membantu dalam pengurusan dokumen yang dibutuhkan oleh peneliti serta staf Perpustakaan Universitas Mercu Buana yang sangat membantu dalam hal kepastakaan
6. Seluruh rekan-rekan TVI Express, khususnya untuk Bp. Nahwan, Bp. Candra dan Rima yang telah memberikan bantuan, izin dan kesabaran dalam membimbing penulis menyelesaikan penelitian ini, “Terima kasih atas ilmu yang bermanfaat selama melakukan penelitian”

7. Kedua Orang Tua dan adik tercinta yang selalu memberikan doa, dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini, yang telah sabar menunggu, “alhamdulillah akhirnya dapat diselesaikan juga”
 8. Orang Tua Tersayang Papa Andi dan Mama Yani yang ku hormati beserta namboru dan amangboru “Terima kasih untuk semua dukungan dan dorongannya”
 9. Anandaku Queenara, yang selalu menemani dan memberi inspirasi di kala senang dan duka
 10. Bang Pongki, suamiku yang selalu menemani dan memberi semangat dalam semua hal
 11. Adik Eik, yang menemani dan selalu memberi dukungan di kala sedih dan bahagia
 12. Tiara, yang telah membantu dan memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini
 13. Sahabatku Ochi, Putri, mba Tri, Vaniya, Nur, Galih, Anne, Vir , dan mba Wita juga teman sekelas FIKOM UMB 2009 “Terima kasih atas semua dukungan dan semangatnya”
 14. Semua pihak yang telah banyak membantu terwujudnya skripsi ini yang tidak cukup disebutkan satu persatu semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya.
- Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat dan kebaikan bagi banyak pihak. Amien.

Jakarta, November 2012

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 Bab I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Penelitian secara Akademis	5
1.4.2 Manfaat Penelitian secara Praktis	5
 Bab II TINJAUAN PUSTAKA	 6
2.1 Komunikasi	6
2.2 Pemasaran	7.
2.3 Komunikasi Pemasaran	8
2.4 Media Pemasaran	14

	2.5 Strategi Internet Marketing	15
	2.5.1 Strategi	15
	A. Analisis Situasi	15
	B. Tujuan Strategi	17
	C. Rumusan Strategi	18
	2.4.2 Internet Marketing	19
	2.4.2.1 E-Commerce (Electronic Commerce) ..	20
	2.4.3 Strategi Internet Marketing	22
Bab III	Metodologi Penelitian	26
	3.1 Tipe penelitian	26
	3.2 Metode Penelitian	26
	3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
	3.3.1 Wawancara	27
	3.3.2 Studi Pustaka	28
	3.3.3 Observasi	28
	3.4 Key Informan	28
	3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	29
	3.5.1 Definisi Konsep	29
	3.5.2 Fokus Penelitian	29
	3.6 Teknik Analisis Data	29
	3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	30
Bab IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan	31
	4.1 Gambaran Umum Penelitian	31
	4.1.1 Produk dari TVI Express	32

4.1.2 Visi dari TVI Express	32
4.1.3 Misi dari TVI Express	32
4.1.4 Motto dari TVI Express	32
4.1.5 Struktur Organisasi dari TVI Express	32
4.1.6 Logo TVI Express	33
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Strategi Internet Marketing	35
4.2.1.1 Analisis Situasi	35
4.2.1.2 Tujuan Strategi	49
4.2.1.3 Rumusan Strategi	54
4.3. Pembahasan	64
Bab V Kesimpulan dan Saran	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Akademik	70
5.2.2 Saran Praktis	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
2.1	Skema Model Proses komunikasi	11
2.2	Siklus Perencanaan Pemasaran	13

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan TVI Express	33
4.2	Logo Perusahaan TVI Express	33
4.3	Produk perusahaan via website TVI Express	37
4.4	Sistim pemasaran bisnis TVI Express (express board)	41
4.5	Sponsor dan hak cipta perusahaan pada website TVI Express	43
4.6	Penelusuran <i>Google browsing</i> website TVI Express	45
4.7	Aktivitas TVI Express bersama manajemen dan tokoh terkenal Indonesia	57
4.8	Aktivitas TVI Express bersama manajemen dan tokoh terkenal Indonesia	57
4.9	Halaman utama website TVI Express	58
4.10	Sertifikat keanggotaan TVI Express	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan Observasi
Lampiran 2	Surat Keterangan Observasi
Lampiran 3	Panduan Wawancara
Lampiran 4	Hasil Wawancara
Lampiran 5	Panduan Observasi
Lampiran 6	Struktur Perusahaan TVI Express (PT TVI Express Indonesia)
Lampiran 7	Lampiran Daftar Tabel
Lampiran 8	Lampiran Daftar Gambar