



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS

APREZIA ANJANIE (44309110062)

Strategi Internet Marketing TVI Express

(PT TVI Express Indonesia)

i-xii + 70 halaman, 2 tabel, 10 gambar, 8 lampiran, 1 CD

bibliografi 20 acuan (1989 – 2010)

ABSTRAKSI

Kegunaan internet selain untuk meningkatkan informasi, digunakan sebagai lahan untuk berbisnis yang ternyata cukup berpengaruh pada segi efektifitas dan efisiensi pada perusahaan. Kegunaan internet saat ini meluas menjadi *social networking media* (sarana media komunikasi sosial). Perkembangan internet terlihat pada adanya peningkatan dari teknik pemasaran tradisional (*door to door marketing*) menjadi teknik pemasaran modern (*online marketing*) yang berkembang dengan sebutan *internet marketing (E-Marketing/Electronic Marketing)*. Perusahaan yang mampu melakukan akses informasi dan pasar secara online adalah perusahaan yang telah memiliki konsep *E-Business service*. Peluang pemasaran tersebut dijalankan oleh perusahaan, sehingga peneliti ingin mengetahui permasalahan strategi internet marketing TVI Express.

Dalam penelitian ini menggunakan panduan teori dari ilmu komunikasi, pemasaran, komunikasi pemasaran, penggunaan media pemasaran, strategi internet marketing serta pemahaman mengenai internet marketing dan e-commerce. Semua teori tersebut digunakan untuk mengetahui dasar strategi internet marketing pada TVI Express

Metode penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian deskriptif dengan teknik studi pustaka, observasi dan wawancara dengan ketiga narasumber yaitu Manajer Operasional, tim marketing dan member dari TVI Express. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi internet marketing TVI Express (PT TVI Express Indonesia). Teori yang dikemukakan oleh Dave Chaffey adalah analisis situasi, tujuan strategi dan rumusan strategi.

Strategi yang dilakukan selain menggunakan teknik pemasaran melalui media internet marketing, perusahaan mengandalkan *wom (word of mouth)*, pelayanan jasa melalui CS (Customer Service), dan pengelolaan website. Di negara Indonesia peluang untuk berkembang di dunia online masih cukup besar sehingga dimanfaatkan oleh perusahaan ini. Hal tersebut berguna bagi perusahaan untuk memperluas kesempatan bisnis global. Kesimpulannya adalah selain menggunakan pemasaran melalui media internet (secara online) perusahaan juga memanfaatkan pelayanan jasa operasional perusahaan kepada konsumen. Saran yang diberikan yaitu perusahaan dapat lebih membuka diri terhadap perkembangan teknologi internet marketing terutama dalam saluran distribusi melalui media iklan dan media cetak yang disesuaikan dengan keadaan di lingkungan sekitar.

Keyword: Strategi Internet Marketing TVI Express (PT TVI Express Indonesia)