

SKRIPSI

**PROMOSI AROMATERAPI MEREK BEL AIR MELALUI
MEDIA E-COMMERCE SEBAGAI SARANA DALAM
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI KEPADA
KONSUMEN**

Di susun Oleh :

**RICKY ANDY YOGA
NIM : 0430311-020**



**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Kelulusan Pendidikan Strata Satu (S-1)
Jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING KOMUNIKASI DAN PERIKLANAN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Ricky Andy Yoga
N I M : 0430311-020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan
Judul Skripsi : **Promosi Aromaterapi Merek Bel Air Melalui Media E-COMMERCE Sebagai Sarana Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Kepada Konsumen**

Jakarta,.....2006

1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Diah Wardhani, M.Si


(.....)

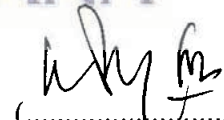
2. Penguji Ahli

Nama : Dra. S. M Niken Respati S. Sos, M, Si


(.....)

3. Pembimbing

Nama : Drs. Ahmad Mulyana, M.Si


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ricky Andy Yoga
N I M : 0430311-020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan
Judul Skripsi : **Promosi Aromaterapi Merek Bel Air Melalui Media E-COMMERCE Sebagai Sarana Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Kepada Konsumen**

Jakarta,.....2006

1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Diah Wardhani, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli

Nama : Dra. S. M Niken Respati S. Sos, M, Si

(.....)

3. Pembimbing

Nama : Drs. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ricky Andy Yoga
N I M : 0430311-020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan
Judul Skripsi : **Promosi Aromaterapi Merek Bel Air Melalui Media E-COMMERCE Sebagai Sarana Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Kepada Konsumen**

Jakarta, 25 Maret 2006

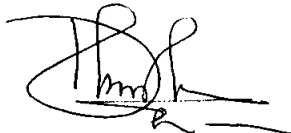
Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

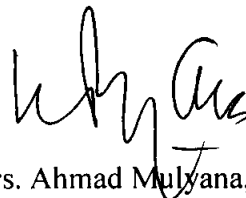
Mengetahui,

Dekan Fikom



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul.....	i
Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan.....	iv
Lembar Persembahan.....	v
Daftar Isi	vi
Abstrak.....	x
Kata Pengantar	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II Kerangka Pemikiran	
2.1 Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	12
2.3 Promosi	14
2.3.1 Alat-alat Promosi	15

2.4	E-Commerce	18
2.4.1	Definisi E-commerce	18
2.4.2	Tujuan E-commerce.....	19
2.4.3	Fungsi E-commerce	20
2.4.4	Jenis E-commerce	21
2.4.5	Kegiatan yang Berhubungan dengan E-commerce	22
2.4.6	Keunggulan Media E-commerce	24
2.4.7	Kelemahan Media E-commerce.....	27
2.4.8	Manfaat E-Commerce	23
2.4.9	Beriklan dengan E-Commerce	30
2.5	Segmentasi Pasar.....	31
2.5.1	Segmentasi Geografi.....	31
2.5.2	Segmentasi Demografi.....	32
2.5.3	Segmentasi Psikografi.....	33
2.5.4	Segmentasi Manfaat.....	33
2.6	Definisi Konsep.....	34

BAB III Metodologi Penelitian

3.1	Tipe/Sifat Penelitian.....	35
3.2	Metode Penelitian.....	36
3.3	Narasumber	36
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	37

3.5	Metode Analisa Data.....	37
3.6	Fokus Penelitian	38

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Perusahaan	39
4.1.2	Manfaat Aromaterapi	40
4.1.3	Macam-macam Produk Aromaterapi	41
4.1.4	Sistem Pemasaran Berjalan.....	45
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Permasalahan yang Dihadapi	46
4.2.2	Alternatif Pemecahan Masalah	47
4.3	Konsep Kerja E-Commerce Aromaterapi Bel Air	48
4.3.1	Deskripsi Umum	48
4.3.2	Pemasaran Internet.....	49
4.3.3	Sistem Pemasaran Online Aromaterapi	51
4.3.4	Promosi Offline dan Online	51
4.3.5	Sistem Jaringan Pemasaran yang Diterapkan	53
4.3.6	Konsep Dasar Keamanan E-Commerce.....	56
4.3.7	Strategi Merancang Iklan Berbasis Internet.....	57
4.3.8	Sistem Transaksi Aromaterapi Bel Air	60

4.4	Pembahasan.....	62
4.4.1	Alasan Menggunakan E-Commerce untuk Promosi.....	62
4.4.2	Penggunaan Alat-Alat Promosi Online dalam E-Commerce	64
4.4.2.1	Website	64
4.4.2.2	E-Mail.....	73
4.4.2.3	Digital Signature.....	77
4.4.2.4	Iklan Baris Online.....	78
4.4.2.5	Mailing List	73
BAB V	Penutup	
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran.....	83
	Lampiran-Lampiran	84
	Daftar Pustaka	

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas limpahan rahmat-Nya jualah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai mana adanya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas dan sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata-1 Marketing Communication and Advertising Universitas Mercu Buana.

Dengan selesainya skripsi ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- Bpk. Drs. Ahmad Mulyana selaku ketua jurusan sekaligus pembimbing skripsi.
- Seluruh staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- Mbak Nenny Riana dan Mbak Maswita S., terima kasih banyak untuk informasi yang telah diberikan kepada penulis.
- Papa, Mama serta Abang dan Kakak, yang selalu memberi dorongan dan semangat yang sangat luar biasa dari awal studi hingga selesainya skripsi ini.
- Cici Olivia, yang tidak pernah lelah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Seluruh kerabat angkatan 3 PKSM Marcomm Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

- Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang secara langsung atau tidak langsung telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan walaupun penulis sudah berusaha agar dapat tersusun dengan baik.

Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan dan kajian bagi penulis dan juga bagi jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana.

Jakarta, Maret 2006

Wassalam

Penulis

