



**ANALISIS *INTERACTIVE MARKETING* ASMARAKU.COM DALAM
MEMBANGUN KESADARAN MEREK
(PERIODE NOVEMBER 2016 – APRIL 2017)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S-1)

Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

MERCU BUANA

Disusun oleh :

VIVI SUSILOWATI

44313110108

**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS *INTERACTIVE MARKETING*
ASMARAKU.COM DALAM MEMBANGUN
KESADARAN MEREK (PERIODE BULAN
NOVEMBER 2016 – APRIL 2017)**

Nama : VIVI SUSILOWATI

NIM : 44313110108

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 28 Oktober 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing



(A. Judhie Setiawan, SE,M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **ANALISIS *INTERACTIVE* *MARKETING*
ASMARAKU.COM DALAM MEMBANGUN
KESADARAN MEREK (PERIODE BULAN
NOVEMBER 2016 – APRIL 2017)**

Nama : VIVI SUSILOWATI

NIM : 44313110108

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 28 Oktober 2017

1. Ketua Sidang
Dadan Iskandar, M.Si
2. Penguji Ahli
Dewi Sad.T, M.Ikom
3. Pembimbing
A.Judhie Setiawan, M.Si

()

()

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS *INTERACTIVE* *MARKETING*
ASMARAKU.COM DALAM MEMBANGUN
KESADARAN MEREK (PERIODE BULAN
NOVEMBER 2016 – APRIL 2017)**

Nama : VIVI SUSILOWATI

NIM : 44313110108

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

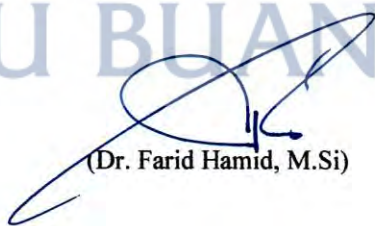
Jakarta, 28 Oktober 2017

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising



(A. Judhie Setiawan, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan rahmatnya. Karena berkat dan rahmatnya penulis diberi kemudahan dan kekuatan dalam menghadapi segala hambatan dan kesulitan dalam proses penulisan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis *Interactive marketing* AsmaraKu.com dalam Membangun Kesadaran Merek (Periode Bulan November 2016 – April 2017)

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh ujian program Strata-1 pada Bidang Studi Marketing Communication & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis sangat menyadari di dalam penulisan ini masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Dan dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. A. Judhie Setiawan, SE,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, petunjuk dan waktunya bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Bidang Studi Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Kedua orang tua penulis, Ibu Titin I.Teguh dan Bapak Agus S.Anggono, atas dukungan baik dalam doa, nasehat, dan tenaga yang sangat berarti bagi penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Terima kasih kepada manajemen AsmaraKu khususnya kepada Bapak William Tunggaldjaja, Ibu Helena Dea, dan Bapak Fajrie Hanggono atas waktu yang selalu diberikan untuk proses wawancara berulang kali.
6. Terima kasih kepada sahabat saya Sarah Novianti, yang selalu menyediakan waktu untuk bertukaran pikiran tentang penyelesaian skripsi ini dan memberikan semangat serta dorongan yang tiada henti.
7. Muhammad Raheel Sheikh, yang selalu memberikan semangat, motivasi dan cinta kasih kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013 Jurusan Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya Macunzzz Squad yang selalu memberikan support dan saling mengingatkan satu sama lain untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan kerja di AsmaraKu yang telah banyak mendukung dan membantu penulis dalam memberikan informasi terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.
10. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya, serta seluruh staff Perpustakaan, Biro Administrasi Keuangan, Security dan seluruh karyawan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis.
11. Bapak dan Ibu Administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya kepada Bapak Sam yang selalu membantu dan mengingatkan penulis dalam hal administrasi baik perkuliahan maupun skripsi dengan penuh perhatian dan arahan.
12. Dan semua pihak, yang mohon maaf tidak dapat penulis sebutkan satu per satu terima kasih telah turut membantu dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis hanya dapat berucap terima kasih yang sebesar-besarnya, serta berdoa atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah dilakukan, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis senantiasa terbuka dalam menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna kelengkapan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakhaatuh.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 28 Oktober 2017
Penulis,

Vivi Susilowati

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	13
1.3 Identifikasi Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Akademis.....	14
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2 <i>Interactive Marketing</i> (Pemasaran Interaktif).....	22
2.3 Tujuan <i>Interactive Marketing</i>	37
2.4 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Tipe Penelitian.....	46
3.3 Metode Penelitian.....	47
3.4 Subjek Penelitian.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Sejarah Berdirinya AsmaraKu.com.....	54

4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	56
4.1.3	Arti Logo Perusahaan AsmaraKu.com (PT. Modern Abadi).....	56
4.1.4	Profil Perusahaan AsmaraKu.com (PT. Modern Abadi).....	57
4.1.5	Struktur Organisasi Perusahaan AsmaraKu.com (PT. Modern Abadi).....	58
4.1.6	Fitur Website & Produk AsmaraKu.com (PT. Modern Abadi).....	67
4.2	Hasil Penelitian.....	75
4.2.1	Hasil Penelitian <i>Interactive Marketing</i> di AsmaraKu.com.....	76
4.3	Pembahasan.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		128
5.1	Kesimpulan.....	128
5.2	Saran.....	131
5.2.1	Saran Akademis.....	132
5.2.2	Saran Praktis.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....		135
LAMPIRAN.....		139