

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti penjabarkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI ONLINE GOAPOTIK DALAM MEMBANGUN KESADARAN MERK KHALAYAK TAHUN 2017”.

Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and advertising di Universitas Mercubuana. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti berupaya semaksimal mungkin agar dapat memenuhi harapan semua pihak, namun peneliti menyadari tentunya masih banyak sekali kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini yang dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga peneliti membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan dimasa yang akan datang. Selanjutnya dalam skripsi ini peneliti banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu penulis sampaikan rasa terima kasih yang sedalam - dalamnya kepada :

1. Ibu Tri Diah Cahyowati, M.Si. sebagai Dosen pembimbing.
2. Bapak Farid Hamid Umarella A, Dr, M.Si , selaku Ketua Bidang Studi.
3. Papa, Mama dan Kakak yang banyak memberikan doa dan dukungannya kepada peneliti, baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik oleh peneliti.

4. Untuk calon suami yang bernama Farid Burhanuddin Supriyadi yang selalu memberikan semangat, dukungan dan do'a untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Tiffany Robyn Soetikno selaku COO dan Bapak Rengga Tranfianto selaku Digital Manager di PT. Global Urban Esensial sekaligus sebagai narasumber skripsi ini.
6. Bapak Denny Sindi Pratama selaku Digital Marketing Manager sebagai narasumber skripsi ini serta reka-rekan di PT. Optify Intermedia Pratama.
7. Untuk para sahabat yang bernama Febriani Sinta R, Endras Siwi N, Nila Widya, Mustika Tri Audini dan Gusti Nita Amalia yang selalu memberikan semangat, selalu berjuang bersama dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan skripsi ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Januari 2018

(Firda Nida Fauziyyah)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABLE	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	15
2.2.1.2 Proses Komunikasi Pemasaran.....	16

2.2.2 <i>Segmentasi Targeting Positioning</i>	18
2.2.2.1 Pengertian Segmentasi	18
2.2.2.2 Pengertian Targeting.....	20
2.2.2.3 Pengertian Positioning	23
2.2.3 Promosi	25
2.2.3.1 Pengertian Promosi.....	25
2.2.3.2 Tujuan Promosi	28
2.2.3.3 Bauran Promosi	30
2.2.3.5 Strategi Promosi	35
2.2.4 Promosi Online.....	35
2.2.4.1 Pengertian Promosi Online.....	35
2.2.4.2 Jenis-Jenis Promosi Online	36
2.2.4.3 Jenis-Jenis Iklan Promosi Online.....	42
2.2.5 Promosi Offline	52
2.2.6 Merk (<i>Brand</i>)	61
2.2.6.1 Pengertian Merk (<i>Brand</i>)	61
2.2.6.2 Manfaat Merk	62
2.2.7 Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>).....	63
2.2.8 Apotik	64
2.2.8.1 Pengertian Apotik	64
2.2.8.2 Tugas dan Fungsi Apotik	65
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	66
3.1 Paradigma	66

3.2 Metode Penelitian.....	67
3.3 Subjek Penelitian.....	69
3.4 Teknik Pengumpulan Data	70
3.4.1 Data Primer	70
3.4.2 Data Sekunder	71
3.5 Teknik Analisis Data.....	71
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN	74
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.1 Profil Perusahaan Dexa Group Medica	74
4.1.2 Gambaran Umum PT Global Urban Esential	76
4.1.3 Gambaran Umum GoApotik.....	77
4.1.4 Data Perusahaan	78
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	78
4.1.5 Struktur Organisasi.....	79
4.2 Hasil Penelitian	79
4.2.1 STP	81
4.2.2 Promosi.....	83
4.2.3 Promosi Online.....	87
4.2.4. Promosi Offline	93
4.2.5 Brand Awareness.....	96
4.3 Pembahasan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104

5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	109



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABLE

Table 1 Jejaring Sosial yang Paling Banyak Digunakan.....	40
Table 2 Contoh Iklan di Instagram.....	45
Table 3 Contoh Iklan di YouTube.....	47
Table 4 Contoh Pemasaran Melalui Kategori Advertising.....	54
Table 5 Kekurangan dan Kelebihan Media Advertising.....	54
Table 6 Contoh Pemasaran Kategori Advertising.....	58



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Search Engine Optimization.....	43
Gambar 2 Contoh Penempatan Iklan di Google.....	50
Gambar 3 Contoh Display Google Advertising.....	51
Gambar 4 Contoh Email Marketing.....	51
Gambar 5 Logo Dexe Medica.....	74
Gambar 6 Logo PT Global urban Esensial.....	76
Gambar 7 Logo GoApotik.....	77
Gambar 8 Strktur Organisasi PT Global Urban Esensial.....	79
Gambar 9 Website dari GoApotik ww.goapotik.com.....	82
Gambar 10 Promosi GoApotik di Sosial Media Facebook.....	86
Gambar 11 Promosi GoApotik di Facebook Mengenai di GoApotik.....	89
Gambar 12 Promosi GoApotik di facebook Mengenai Harbolnas 2017.....	91
Gambar 13 Promosi GoApotik di Google dalam Mempromosikan Obat Tradisional.....	91
Gambar 14 Event LebaRun 2017 Peduli Mentawai.....	94
Gambar 15 Peserta LebaRun 2017 Peduli Mentawai.....	95
Gambar 16 Booth GoApotik di Event LebaRun 2017 Peduli Mentawai.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Pedoman Wawancara
Lampiran 2	: Hasil Wawancara
Lampiran 3	: Surat Permohonan Wawancara
Lampiran 4	: Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 5	: Curriculum Vitae



UNIVERSITAS
MERCU BUANA