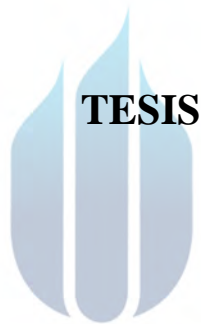




**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *THE FLAT SHOES*
COMPANY DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS
ONLINE**



TESIS
MARETA PURI RAHASTINE

55213110030

PROGRAM STUDY MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS

MERCUBUANA

2015



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *THE FLAT SHOES*
COMPANY DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS
ONLINE**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MARETA PURI RAHASTINE

55213110030

PROGRAM STUDY MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS

MERCUBUANA

2015



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. NAMA : Mareta Puri Rahastine
2. NIM : 55213110030
3. Jenjang Pendidikan : Sarjana Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication
6. Judul : Strategi Komunikasi Perencanaan The Flat Shoot
Company Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis
Online

Jakarta, 14 Juli 2015

Pembimbing Utama

Dr. Pring Mulyawati Agustini M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJAN

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul	Strategi Komunikasi Pemasaran <i>The Flat Store</i> <i>Company</i> Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis <i>Online</i>
2. NAMA	Mareta Puri Rahantoro
3. NIM	55213110010
4. Jenjang Pendidikan	Strata Dua (S2)
5. Program Studi	Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi	Corporate And Marketing Communication
7. Tanggal	29 Juli 2015

Jakarta, 29 Juli 2015

Mengotahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Nur Khoirah, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Achmad Jamil, M.Si
3. Pembimbing
Dr. Prima Mulyasari Agustin, S.Sos., M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA


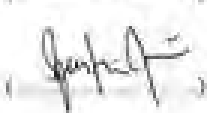
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Judul | Strategi Komunikasi Pemasaran <i>The Flat Shoes Company</i> Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online |
| 2. NAMA | Maneta Puri Rahastine |
| 3. NIM | 55213110030 |
| 4. Jenjang Pendidikan | Stra Dua (S2) |
| 5. Program Studi | Magister Ilmu Komunikasi |
| 6. Konsentrasi | Corporate And Marketing Communication |
| 7. Tanggal | 29 Juli 2015 |

Jakarta, 01 Agustus 2015

Mengetahui,

- | | |
|--|---|
| 1. Ketua Sidang |  |
| Dr. Nur Kholisoh, M.Si | (_____) |
| 2. Penguji Ahli |  |
| Dr. Achmad Jamil, M.Si | (_____) |
| 3. Pembimbing |  |
| Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si | (_____) |



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJAN

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Judul | Strategi Komunikasi Pemasaran <i>The Flat Sheet Company</i> Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis <i>Online</i> |
| 2. NAMA | Marena Puri Rahantise |
| 3. NIM | 55213110030 |
| 4. Jenjang Pendidikan | Strata Dua (S2) |
| 5. Program Studi | Magister Ilmu Komunikasi |
| 6. Konsentrasi | Corporate And Marketing Communication |
| 7. Tanggal | 30 Agustus 2015 |

Jakarta, 30 Agustus 2015

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Dr. Pring Mulyanari Agustini M.Si

Direktur Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Endang Dwi Kusuma, S. Desu, M.Pd.

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Endang Mulyanari, M.Pd.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Strategi Komunikasi Pemasaran *The Film Show Company* Dalam Menghadapi Pemasaran Bisnis Online.
Bentuk Tesis : Komunikasi Pemasaran
Nama : Marita Puri Rahastina
NIM : 55213116030
Program : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 01 Agustus 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kejuruan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 01 Agustus 2015



Marita Puri Rahastina

ABSTRAK

Solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologi yang dimiliki. Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 30 juta pengguna pada tahun 2010. Meningkat sebanyak 1400 % dalam kurun waktu 10 tahun. Hal ini yang membuat *The Flat Shoes Company* membuat strategi komunikasi pemasaran agar setiap pesan promosi yang dibuat dapat sampai ke masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan ditengah-tengah padatnya persaingan bisnis dimedia online.

Penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah-masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku. Setelah dilakukan penelitian dengan mewawancarai pemilik perusahaan dan konseptor untuk iklan dan promo maka dapat didapatkan hasilnya bahwa *The Flat Shoes* Menggunakan 4P (Produk, Price, place dan promotion) sebagai kekuatan produknya. Dan menggunakan iklan produk sebagai kunci untuk menarik perhatian masyarakat.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pesaran, media online, marketing mix, 4P

ABSTARACT

Utilization of appropriate technology solutions are owned business with technology. The number of Internet users in Indonesia reached 30 million users by 2010. Increased as much as 1400% in the past 10 years. This makes The Flat Shoes Company makes marketing communication strategy so that each message campaigns created can be up to the community and can increase sales amid the tight competition notably business online.

Research is used by researchers is a qualitative descriptive study of existing problems and working procedures that apply. After doing research by interviewing the owner of the company and drafter for advertising and promotion, it can obtain the result that The Flat Shoes Using 4P (Product, Price, place and promotion) as the power products. And using advertising as a key product to attract public attention.

Keywords: pesaran communications strategy, online media, marketing mix, 4P

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Company Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat menyelesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyampaikan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini M.si sebagai dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan Tesis ini, membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Ahmad Jamil, M.si selaku penguji pada sidang Tesis, Ibu Dr. Nur Kholisoh, M.si selaku ketua sidang Tesis dan ketua program studi beserta dosen dan staff nya yang telah membantu hingga Tesis ini selesai.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada rekan-rekan Pasca sarjana komunikasi Universitas Mercu Buana tahun angkatan 2013 yang terus support dan

membantu baik dalam masukan dan masukanya. Dan orang tua yang telah membantu dan mendukung hingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan ilmu komunikasi di Indonesia.

Penulis



DAFTAR ISI

Abstrak	i
Lembar Persetujuan	ii
Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv - v
Daftar Isi	vi - viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN	1 - 7
1.1 Latar Belakang	1 - 5
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6 - 7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN.....	8 - 47
2.1 Kajian Pustaka	8 - 15
2.2 Kerangka Pemikiran	23
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	23 - 27
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Online	27 - 44
2.2.3 Persaingan Bisnis	44 - 47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48 - 64
3.1 Object Penelitian	48
3.2 Paradigma Penelitian	48 - 49
3.3 Metode Penelitian	49 - 51
3.4 Definisi Konsep	51 - 61
3.5 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6 Teknik Analisa Data	62
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	62 - 64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65 - 121
4.1 Gambaran Umum Onjek Penelitian	65 - 67
4.2 Hasil Penelitian	68 - 111
4.3 Pembahasan	113 - 121
BAB V PENUTUP	122 - 124
5.1 Kesimpulan	122 - 123
5.2 Saran	123 - 124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	126 - 150
Teks Wawancara	126
Hasil Wawancara	127 - 142

Struktur Organisasi	143
Biodata Narasumber	144 - 145
Desain Iklan Sebelum Menggunakan Konsep Edukasi	146
Desain Iklan Setelah Menggunakan Konsep Edukasi	147 – 148
Brosur	149
Dokumentasi Wawancara	150
Daftar Riwayat Hidup	151



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan Strategi Komunikasi Pemasaran New Media Dan Sosial Media	16 – 22
Tabel 4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Digunakan Oleh The Flat Shoes Company Dalam Persaingan Bisnis Online Shopping Di Indonesia.....	98 – 103
Tabel 4.2 Kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh The Flat Shoes Company	107
Tabel 4.3 Solusi Pemecahan Masalah Strategi Komunikasi Pemasaran Yang The Flat Shoes Company Alami Dalam Persaingan Bisnis Online Shopping di Indonedia.....	110
Tabel 4.4 Faktor Pencetus Yang Menyebabkab Timbulnya Masalah Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Compan.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perbedaan Komunikasi Tradisional Media Dengan New Media, Chaffey (2006, P 21)	32
Gambar 2.2 Derajat Individualisation Atau Personalisation Pada Tradisional Media Dan New Media, Cheffey (2006,.....	33
Gambar 2.3 Tabel Keuntungan Perusahaan Bila Menggunakan Internet.....	41
Gambar 4.1 Desain Iklan The Flat Shoes Company Dengan Konsep Edukasi	88
Gambar 4.2 Desain Iklan Sebelum Menggunakan Konsep	93
Gambar 4.3 Desain Iklan Setelah Menggunakan Konsep	93 - 94
Gambar 4.4 Desain Sistem Harga The Flat Shoes Comp.....	95
Gambar 4.5 Broadcast Messange Promosi Yang Disebar Melalui Blackberry Messenger.....	95 - 96
Gambar 4.6 Bagan Alur Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Company.....	117
Gambar 4.7 Struktur Penyusunan Stretagi Komunikasi Pemasaran	11