



**PEMANFAATAN *ONLINE ADVERTISING* GOOGLE ADWORDS
DALAM MEMPROMOSIKAN “COBA GRATIS” UNTUK
MENINGKATKAN PENDAFTARAN SISWA BARU
PADA KUMON INDONESIA
TAHUN 2017**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh

ALDILA ANDARILIKA

44312120138

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PEMANFAATAN ONLINE ADVERTISING GOOGLE
ADWORDS DALAM MEMPROMOSIKAN “COBA
GRATIS” UNTUK MENINGKATKAN SISWA BARU
PADA KUMON INDONESIA TAHUN 2017**

Nama : Aldila Andarilika

NIM : 44312120138

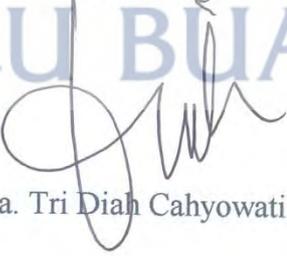
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Agustus 2017

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(Dra. Tri Diah Cahyowati)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PEMANFAATAN ONLINE ADVERTISING GOOGLE
ADWORDS DALAM MEMPROMOSIKAN “COBA
GRATIS” UNTUK MENINGKATKAN SISWA BARU
PADA KUMON INDONESIA TAHUN 2017**

Nama : Aldila Andarilika

NIM : 44312120138

Fakultas : Ilmu Komunikasi

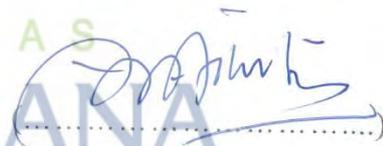
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

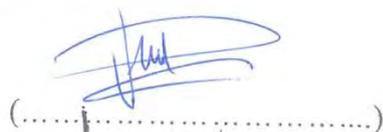
Jakarta, 8 Agustus 2017

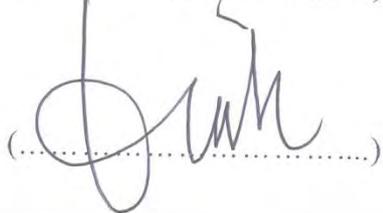
Ketua Sidang,
Dewi Sad Tanti, M.Ikom.

Penguji Ahli,
Razie Razak, M.Ikom.

Pembimbing I
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.


(.....)


(.....)


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PEMANFAATAN ONLINE ADVERTISING GOOGLE ADWORDS DALAM MEMPROMOSIKAN “COBA GRATIS” UNTUK MENINGKATKAN SISWA BARU PADA KUMON INDONESIA TAHUN 2017**

Nama : Aldila Andarilika

NIM : 44312120138

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 08 Agustus 2017
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing Universitas **Ketua Bidang Studi Advert & Marketing**
MERCU BUANA **Communication**



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

KAATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT karena dengan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pemanfaatan Online Advertising Google Adwords Dalam Meningkatkan Pendaftaran Siswa Baru Pada Kumon Indonesia Tahun 2017”. Adapun penelitian ini ditulis dan disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Tri Diah Cahyowati, M.Si., selaku pembimbing yang telah berkenan mencurahkan perhatian dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku ketua bidang studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan ilmu dan motivasi bagi mahasiswa.
3. Dewi Sadtanti, M. Ikom., yang telah memberikan ilmu serta mendukung proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Rizka Lutfia Zain, selaku pihak narasumber dari Kumon atas informasi dan datanya.
6. Eka Winingsih, selaku pihak informan dari CleverAds atas informasi dan datanya.
7. Ibu Monika, selaku orang tua siswa Kumon pada program “Coba Gratis” yang memberikan pendapatnya.
8. Staf pengajar fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication atas bekal ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya.
9. Keluarga tercinta, terutama ibu dan adik-adik atas segala doa dan dukungannya.

10. Uken Aulia Sari, sebagai teman seperjuangan skripsi yang sama-sama berjuang dan saling menyemangati sampai titik darah penghabisan.
11. Seluruh teman-teman Mercubuana atas kebersamaannya.
12. Para teman dan sahabat atas semangat dan dukungannya.
13. Seluruh pihak yang mungkin tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti. Terima kasih atas pelajaran dan pengalaman hidup yang telah diberikan.

Peneliti sadar bahwa penyusunan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun sangatlah peneliti harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi banyak pihak.



Jakarta, 26 Juli,
2017

Aldila Andarilika

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	21
2.2.1.1 Konsep Komunikasi Pemasaran	21
2.2.1.2 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)	28
2.2.2 Internet	33
2.2.2.1 Pengertian Internet	33
2.2.2.2 Format dan Alat Internet	37
2.2.2.3 Keunggulan Internet	38
2.2.2.4 Keterbatasan Internet	42
2.2.3 Periklanan Online (<i>Online Advertising</i>)	44

2.2.3.1	Format Iklan Online	46
2.2.3.2	Fungsi Iklan Online	49
2.2.3.3	Praktik Internet Baru	51
2.2.4	Google Adwords	54
2.2.4.1	Mengiklankan <i>Search Ads</i> (SEM) Di Google AdWords	57
2.2.4.2	Proses Pembuatan <i>Search Ads</i> (SEM) Google AdWords	62
2.2.4.3	Menentukan Keyword Dengan Keyword Planner	74
2.2.4.4	Spesifikasi Adtext <i>Search Ads</i> (SEM) Google AdWords	76
2.2.4.5	Kebijakan Dalam Penulisan Adtext <i>Search Ads</i> (SEM)	
	Google AdWords	77
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		81
3.1	Paradigma Penelitian	81
3.2	Tipe Penelitian	82
3.3	Metode Penelitian	82
3.4	Subjek Penelitian	83
3.5	Teknik Pengumpulan Data	84
3.5.1	Data Primer	84
3.5.2	Data Sekunder	84
3.6	Teknik Analisis Data	85
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		89
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	89
4.1.1	Gambaran Umum Kumon Indonesia	89
4.1.2	Metode Pembelajaran Kumon	90
4.1.3	Logo Kumon	91
4.1.4	Misi dan Visi Kumon	92
4.1.5	Tujuan Kumon	93
4.1.6	Mekanisme Pembelajaran Kumon	93
4.1.7	Gambaran Umum “Coba Gratis” Kumon	95
4.2	Hasil Penelitian	95
4.2.1	Informan	95

4.2.2 Program “Coba Gratis” Kumon	97
4.2.3 Mekanisme “Coba Gratis” Kumon	98
4.2.4 Media Promosi “Coba Gratis” Kumon	99
4.2.5 Implementasi Pada Iklan AdWords “Coba Gratis” Kumon	105
4.2.5.1 Perancangan Iklan AdWords “Coba Gratis” Kumon	107
4.2.5.2 Bentuk Iklan AdWords “Coba Gratis” Kumon	108
4.2.6 Evaluasi Iklan AdWords “Coba Gratis” Kumon	109
4.3 Pembahasan	119
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN	125
5.1. Kesimpulan	125
5.2. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kajian Pustaka (Penelitian Terdahulu)

20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Internet di Dunia Per Maret 2017	2
Gambar 2 Elemen Bauran Promosi	29
Gambar 3 Ledakan, Penurunan, dan Penulihan Lonjakan Advertising Online	44
Gambar 4 Search Engine Market Share, Desember 2007	55
Gambar 5 Iklan SEM (<i>Paid Search</i>) dan SEO (<i>Organic Search</i>)	57
Gambar 6 Struktur <i>Campaign</i> Iklan Google AdWords	58
Gambar 7 Membuat Akun Google AdWords	63
Gambar 8 Laman Pengaturan Awal AdWords	64
Gambar 9 Langkah Awal <i>Setting-Up</i> Campaign AdWords	65
Gambar 10 Pengaturan Lokasi dan Bahasa	66
Gambar 11 Penentuan Budget AdWords	67
Gambar 12 Ad Extensions	69
Gambar 13 Pengaturan AdGroup	70
Gambar 14 Pengaturan Keyword	71
Gambar 15 Pengaturan AdText	72
Gambar 16 Pengaturan Review AdWords	73
Gambar 17 Tampilan Dashboard MCC AdWords	74
Gambar 18 Tampilan Keyword Planner	76
Gambar 19 Logo Kumon	91
Gambar 20 Media Iklan Cetak "Coba Gratis" Kumon	101
Gambar 21 Iklan "Coba Gratis" TVC Kumon Yang Ditampilkan Melalui Channel YouTube Kumon	102
Gambar 22 Tampilan Website Kumon Indonesia	103
Gambar 23 Tampilan YouTube Channel Kumon	103
Gambar 24 Tampilan Instagram dan Facebook Mobile Kumon Indonesia	104
Gambar 25 Contoh Iklan SEM AdWords untuk "Coba Gratis"	108
Gambar 26 Grafik Hasil Performa SEM Kumon "Coba Gratis" (Periode Februari - Maret 2017)	110

Gambar 27 Pembagian Campaign pada SEM Kumon “Coba Gratis” Februari - Maret 2017)	111
Gambar 28 Contoh 10 Keywords Yang Digunakan pada SEM Kumon “Coba Gratis" (Periode Februari - Maret 2017)	112
Gambar 29 Contoh 5 Adtext Yang Digunakan pada SEM Kumon “Coba Gratis” (Periode Februari - Maret 2017)	113
Gambar 30 Hasil Performa Devices pada SEM Kumon “Coba Gratis” (Periode Februari - Maret 2017)	114
Gambar 31 Hasil Performa Iklan SEM Kumon “Coba Gratis” Berdasarkan Jam Tayang (Periode Februari - Maret 2017)	114
Gambar 32 Hasil Performa Iklan SEM Kumon “Coba Gratis” Berdasarkan Lokasi Tayang (Periode Februari - Maret 2017)	115
Gambar 33 Hasil Performa Iklan SEM Kumon “Coba Gratis” Berdasarkan Demografis (Periode Februari - Maret 2017)	116
Gambar 34 Hasil Performa Iklan SEM Kumon “Coba Gratis” Berdasarkan Jenis Kelamin (Periode Februari - Maret 2017)	117
Gambar 35 Hasil Performa Iklan SEM Kumon “Coba Gratis” Berdasarkan Usia (Periode Februari - Maret 2017)	117
Gambar 36 Pelaporan Cost Iklan SEM Kumon “Coba Gratis” (Periode Februari - Maret 2017)	118