

Evaluasi strategi komunikasi pemasaran dalam merintis bisnis undangan pernikahan online kartun: studi kasus undangan pernikahan online Vidiyan.com = Evaluation of marketing communications strategy in wedding invitation online business start up : case study Vidiyan.com online business cartoons wedding invitations

Eppstian Syah As`ari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20304427&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan sebuah bisnis online murni dalam merintis bisnisnya. Dengan kasus pada bisnis undangan pernikahan online kartun Vidiyan.com, sebuah rintisan bisnis online murni berskala mikro. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Vidiyan.com dalam merintis bisnisnya, beserta alasan dan evaluasi terhadap strategi tersebut. Dalam merintis bisnis, sebelum mengetahui strategi apa yang digunakan, harus ditetapkan dahulu tujuan yang akan dicapai dalam melaksanakan strategi ini. Dan tujuan tersebut dituangkan dalam segmenting, targeting dan positioning. Kemudian untuk menggapai tujuan tersebut disusunlah strategi dalam Product, Place, Price dan Promotion yang dikenal dengan Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Dan total bauran promosi (promotion mix) juga disebut Bauran Komunikasi Pemasaran (marketing communication mix) terdiri dari campuran spesifik periklanan, public relations, personal selling, promosi penjualan, dan alat-alat direct marketing yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan dengan pelanggan. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif menggunakan evaluasi proses sebuah studi kasus. Penelitian menunjukkan bahwa Word of Mouth merupakan sarana komunikasi pemasaran yang efektif. Public Relation dengan sarana online menggunakan blog yang terintegrasi dengan media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter juga efektif. Hal ini berhubungan dengan teori New Wave Marketing yaitu Conversation dan Connect.

---

**ABSTRACT**

The study was conducted to determine the marketing communications strategy that is used a pure online business in pioneering business. With the case on the business of wedding invitations online cartoon Vidiyan.com, a pioneering micro pure online business. The purpose of this study was to determine the marketing communication strategies used in pioneering Vidiyan.com its business, its rationale and evaluation of the strategy. In a pioneering business, before knowing what strategy to use, should be set in advance the objectives to be achieved in implementing this strategy. And objectives are set forth in segmenting, targeting and positioning. Then to achieve these objectives the strategy drafted in the Product, Place, Price and Promotion known as Marketing Mix (Marketing Mix). And the total promotional mix (promotion mix) is also called the marketing communications mix (marketing communication mix) consists of a specific mix of advertising, public relations, personal selling, sales promotion and direct marketing tools that companies use to communicate in a persuasive customer value and build relationships with customers. The study was conducted with qualitative methods using a case study evaluation process. Research shows

that the Word of Mouth is an effective tools of marketing communication. Public Relations that using online tools, such as using a blog integrated into other social media like Facebook and Twitter are also effective. This is related to the theory of the New Wave Marketing, Conversation and Connect.