

## Strategi komunikasi pemasaran media online. Studi kasus : astaga.com

Riza Iskandar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73255&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Setiap organisasi bisnis membutuhkan komunikasi pemasaran untuk memasyarakatkan produk atau jasanya. Kebutuhan akan strategi komunikasi pemasaran yang efektif juga berlaku bagi media online seperti Astaga.com. Sumber daya manusia yang handal, dana yang besar, menjadikan strategi komunikasi pemasaran Astaga.com sangat agresif dan mahal.

Aktifitas komunikasi pemasaran Astaga.com dievaluasi dengan mencermati proses Bauran Komunikasi yang dilakukan. Metode yang digunakan untuk menganalisa adalah metode pendekatan konseptual Audit Komunikasi dan Decision Sequence Framework Model yang melihat strategi komunikasi pemasaran dari Analisa Situasi, Sasaran dan Positioning, Strategi Segmentasi-Targeting-Positioning, Pembuatan Anggaran, Implementasi, dan Evaluasi.

Penulis menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran Astaga.com berjalan efektif dan berhasil mencapai sasaran-sasaran yang dituju kecuali aspek pemasukan usaha. Usaha membangun brand awareness dan brand loyalty telah berhasil dilakukan, tapi sangat disayangkan pemasukan dari iklan sangat kecil hingga perusahaan mengalami kesulitan keuangan walaupun strategi komunikasi pemasaran yang efektif telah dilakukan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang sedang membuat strategi komunikasi pemasaran. Di sisi akademis, penelitian ini diharapkan mendorong adanya penelitian lainnya dengan menggunakan metode-metode penelitian lain hingga dapat mengungkapkan faktor-faktor yang tidak dibahas dalam penelitian ini.