

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Tugas Akhir dengan judul “Strategi Kampanye Super September Untuk Memperkenalkan *E-commerce* MatahariMall.com” ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, semangat dan doa dari berbagai pihak Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Papa, Mama, Koko, Cin-cin yang telah memberikan dukungan materi, moril, dan kasih sayang kepada peneliti.
2. Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Prof. Dr. Drs. Paulus Tangdilintin, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak berkontribusi dalam penelitian ini.
5. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom., selaku Dosen yang selalu memberikan masukan dan saran yang berguna bagi penelitian ini.

6. Agustin Diana Wardaningsih, S.E., M.I.kom, selaku Dosen yang selalu membantu serta memberikan saran yang berguna bagi penelitian ini.
7. Seluruh dosen, karyawan, dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan yang telah membantu peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
8. Bapak Regan Dwinanda yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk peneliti dan dengan senang hati menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.
9. Natalia Yulita, Mellysa Balai, Vika Chendana, Cheryl Antoinette, Tamara Anastasia, Cinthia, Rebeca Yapeno, Shelly Meliani, Randy Andri, Junita Panjaitan, Peter Lewi, dan Margery Bastiano selaku sahabat peneliti yang selalu memberikan bantuan, semangat, hiburan dan motivasi kepada peneliti.
10. Vania Desideria, Kelvin Yakub, Natasha Vinny, dan Tiffany Jesica selaku sahabat peneliti yang sudah menemani peneliti dalam mengerjakan tugas akhir ini, selalu memberikan masukan dan saran yang berguna, serta memotivasi dan menghibur peneliti.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi peneliti. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 13 September 2016

Jennifer Sutiono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR		
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING		
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR		
ABSTRAK	v	
KATA PENGANTAR	vii	
DAFTAR ISI	ix	
DAFTAR GAMBAR	xi	
DAFTAR LAMPIRAN	xii	
BAB I	PENDAHULUAN	
	I.1 Latar Belakang Masalah	1
	I.2 Identifikasi Masalah.....	3
	I.3 Rumusan Masalah	5
	I.4 Tujuan Penelitian	5
	I.5 Kegunaan Penelitian	6
	I.6 Sistematika Penelitian	6
BAB II	OBJEK PENELITIAN	
	II.1 Kampanye Super September	8
	II.2 Profil MatahariMall.com	9
	II.3 Keunggulan MatahariMall.com	13
	II.4 Logo MatahariMall.com	14
	II.5 Tampilan Situs & Media Sosial MatahariMall.com	15
	II.6 Struktur Organisasi MatahariMall.com	18
BAB III	TINJAUAN PUSTAKA	
	III.1 <i>Public Relations</i>	19
	III.1.1 Definisi <i>Public Relations</i>	20
	III.1.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	22
	III.1.3 Tahapan <i>Public Relations</i>	23
	III.1.4 Fungsi <i>Public Relations</i>	26
	III.2 Kampanye <i>Public Relations</i>	27
	III.2.1 Tipe Kampanye <i>Public Relations</i>	28
	III.2.2 Tahapan Kampanye <i>Public Relations</i>	29
	III.2.3 Keberhasilan Kampanye <i>Public Relations</i>	30
	III.3 Strategi Kampanye <i>Public Relations</i>	33
	III.3.1 Pemilihan Tema dan Media	33
	III.4 <i>E-commerce</i>	35
	III.5 Kerangka Pemikiran	38

BAB IV	METODOLOGI PENELITIAN	
	IV.1 Pendekatan Penelitian	40
	IV.2 Metode Penelitian	41
	IV.2.1 Studi Kasus	42
	IV.2.2 Desain Studi Kasus	44
	IV.3 Metode Pengumpulan Data	44
	IV.4 <i>Key Informant</i>	47
	IV.5 Keabsahan Data	48
	IV.6 Rencana Analisis Data	50
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	V.1 Hasil Penelitian	51
	V.1.1 Target Kampanye Super September	51
	V.1.2 Kegiatan Kampanye Super September	53
	V.1.2.1 Tema Kampanye Super September	54
	V.1.2.2 Publikasi Kampanye Super September ...	57
	V.1.3 Hasil Kampanye Super September	62
	V.2 Pembahasan Penelitian	63
	V.2.1 Target Kampanye Super September	63
	V.2.2 Kegiatan Kampanye MatahariMall.com	66
	V.2.2.1 Tema Kampanye Super September	66
	V.2.2.2 Publikasi Kampanye Super September ...	68
	V.2.3 Hasil Kampanye Super September	76
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	VI.1 Kesimpulan	78
	VI.2 Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN	
	CURRICULUM VITAE	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Program Diskon 99% Iphone 6	9
Gambar 2.2 LinkedIn MatahariMall.com	11
Gambar 2.3 Situs MatahariMall.com	12
Gambar 2.4 Logo MatahariMall.com	14
Gambar 2.5 Suasana Kantor MatahariMall.com	15
Gambar 2.6 Situs MatahariMall.com	16
Gambar 2.7 Twitter MatahariMall.com	16
Gambar 2.8 Facebook MatahariMall.com	16
Gambar 2.9 Instagram MatahariMall.com	17
Gambar 2.10 Youtube MatahariMall.com	17
Gambar 2.11 <i>Mobile Application</i> MatahariMall.com	17
Gambar 2.12 Struktur Organisasi MatahariMall.com	18
Gambar 3.1 <i>The Conceptualization of public realtions as a cyclical process</i>	24
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 <i>Basic Types of Designs for Case Studies</i>	44
Gambar 5.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	64
Gambar 5.2 Pengguna Internet Berdasarkan Usia	65
Gambar 5.3 Super Cintaku	68
Gambar 5.4 Berita <i>Grand Launching</i> MatahariMall.com.....	71
Gambar 5.5 SEO & SEM MatahariMall.com	73
Gambar 5.6 MatahariMall.com <i>Very Responsive</i>	74
Gambar 5.7 <i>Billboard</i> MatahariMall.com	75
Gambar 5.8 <i>Billboard</i> MatahariMall.com di Ambon	84

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	A-1
Formulir Surat Keterangan	A-2
Surat Keterangan	A-3

LAMPIRAN B

Transkrip Wawancara <i>Key Informant</i>	B-1
Coding Wawancara	B-21

