

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *DAILY DEALS*
(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran
Mbakdiskon dalam Memasarkan Kupon Diskon *Merchant-*
***Merchant* di Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

oleh

Erwin Juisan

06 09 03007

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Strategi Komunikasi Pemasaran *Daily Deals*

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Mbakdiskon dalam Memasarkan Kupon Diskon *Merchant-Merchant* di Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

ERWIN JUISAN

No. Mhs : 06 09 03007 / KOM

disetujui oleh :

F. Anita Herawati, M.Si.
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *DAILY DEALS* (Studi Deskriptif
Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Mbakdiskon dalam Memasarkan
Kupon Diskon *Merchant-Merchant* di Yogyakarta)

Penyusun : Erwin Juisan

NIM : 06 09 03007

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu / 18 Oktober 2012

Pukul : 12.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 2

TIM PENGUJI

Drs. Ign Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

F. Anita Herawati, M.Si.

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, M.A

Penguji II



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erwin Juisan
Nomor Mahasiswa : 06 09 03007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : **Strategi Komunikasi Pemasaran *Daily Deals* (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Mbakdiskon dalam Memasarkan Kupon Diskon *Merchant-Merchant* di Yogyakarta)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

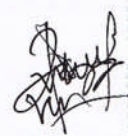
Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiatisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan karya tulis akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh Tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat atas kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 20 September 2012

Saya yang menyatakan,

Erwin Juisan

ERWIN JUISAN

No. Mhs : 03007 / KOM

Strategi Komunikasi Pemasaran *Daily Deals*

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Mbakdiskon dalam Memasarkan Kupon Diskon *Merchant-Merchant* di Yogyakarta)

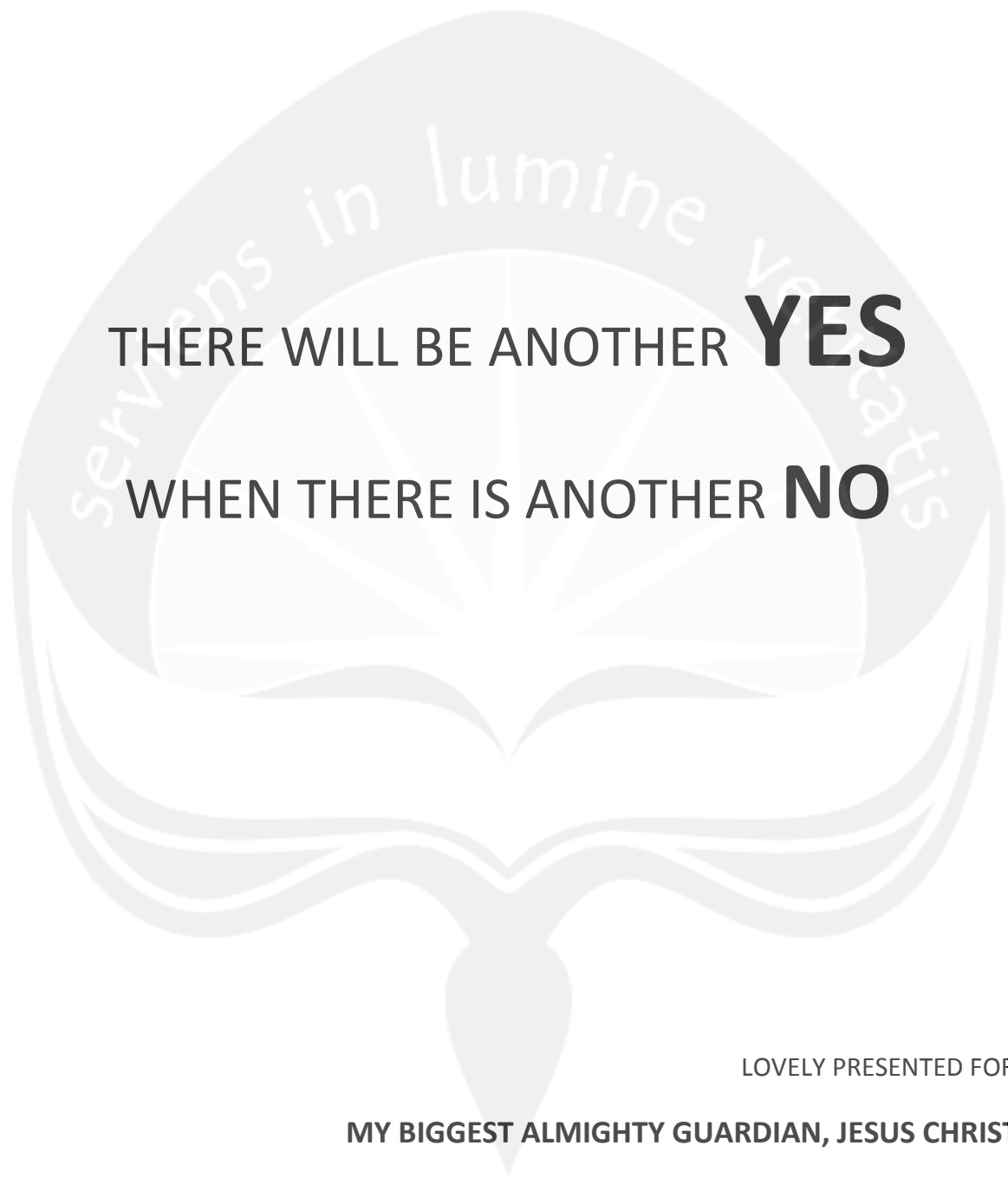
ABSTRAK

Mbakdiskon merupakan salah satu model bisnis baru yang menjual kupon diskon para *merchant* yang berdomisili di Yogyakarta kepada calon pembeli melalui situs Mbakdiskon.com. Para *merchant* yang ingin menggunakan situs ini untuk mempromosikan kupon diskon mereka menjadi klien dari Mbakdiskon, dan para pembeli kupon diskon dari situs Mbakdiskon.com menjadi konsumen (*user*) dari Mbakdiskon. Layanan menjual kupon diskon ini lebih dikenal dengan nama *daily deals* / *group buying* / *group purchase*. Bisnis *daily deals* adalah layanan yang memberikan penawaran terhadap sebuah barang dibawah harga normalnya, biasanya berupa diskon dan *User* (konsumen akhir) bisa melakukan penawaran atas harga yang ditawarkan. Layanan seperti ini memang berperan menjembatani perusahaan yang ingin berpromosi dengan para pengguna internet yang gemar berburu potongan harga murah. Ulasan pada penelitian ini berfokus pada bagaimana cara Mbakdiskon memasarkan kupon diskon tersebut. Kupon diskon sendiri hanyalah sebuah alat bantu dalam *sales promotion* yang berfungsi untuk mensupport produk yang dijual kepada konsumen dengan cara memberikan rangsangan berupa potongan harga (diskon), tetapi dalam hal ini justru diperjualbelikan sebagai sebuah produk / barang dagangan. Aspek ini menjadi ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif guna memaparkan hasil temuan data yang ditemukan di lapangan yang dikaitkan dengan teori-teori yang digunakan untuk menganalisisnya. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara dilengkapi dengan triangulasi data untuk kepentingan keabsahan data temuan.

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menemukan bahwa terdapat relevansi antara teori yang digunakan oleh peneliti dengan hasil temuan data. Penggunaan strategi yang dilakukan oleh Mbakdiskon merupakan gabungan / kombinasi dari teori-teori yang dipakai. dalam menjalankan bisnis *daily deals* ini sangat dibutuhkan koneksi *online*, karena kebanyakan bisnis ini berbasis *online*.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, *daily deals*, kupon diskon



THERE WILL BE ANOTHER **YES**
WHEN THERE IS ANOTHER **NO**

LOVELY PRESENTED FOR :

MY BIGGEST ALMIGHTY GUARDIAN, JESUS CHRIST!

MY BELOVED LITTLE FAMILY (DAD, MOM, AND BRO)

AND ALSO YOU, WHO READ THIS! HOPE CAN BE HELPFUL, GOOD LUCK!

KATA PENGANTAR

Selaksa syukur mendalam penulis bisikan kepada kehadiran Sang Pelindung Terbesar penulis, Yesus Kristus, dalam mengulurkan tangannya, menopang dan memeluk erat penulis dikala penulis merasa lelah dalam proses penyelesaian Skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *DAILY DEALS* (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Mbakdiskon dalam Memasarkan Kupon Diskon *Merchant-Merchant* di Yogyakarta)”**. Penulis menyadari, andil-Nya begitu besar hingga penyelesaian skripsi ini dapat memasuki tahap akhir dan layak untuk dicetak. Penulis sangat berterima kasih kepada-Nya karena atas izin-Nya skripsi ini dapat selesai.

Penulis menyadari pula, dalam menyelesaikan skripsi ini begitu banyak halangan, hambatan, dan penolakan yang dihadapi penulis. Ketika menghadapi semua hal negatif tersebut, penulis tidak sendiri. Terdapat sejumlah kenalan, sahabat, keluarga, dan pihak-pihak lainnya yang ikut andil dalam membantu penulis untuk mengubah hal negatif tersebut menjadi hal positif hingga akhirnya penulis dapat menorehkan tulisan terakhir di halaman ini. Sejumlah orang tersebut diantaranya adalah :

1. Sekali lagi dan tidak akan pernah berhenti penulis bisikan rasa syukur ini adalah Pelindung Terbesar penulis, Yesus Kristus. *Thanks my Biggest Guardian! *Toast!**

2. Dosen pembimbing yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa bimbingannya dan dengan begitu sabar menghadapi segala kesalahan penulis, Ibu F. Anita Herawati, M. Si. Makasih ya, Bu buat segalanya terutama buat sms dan nasehat ibu waktu itu. Terima kasih buat waktunya, Bu..hehe..
3. *My beloved Dad, above there, sitting beside my Biggest Guardian. This is for you, Dad. Sorry for being late. Finally, read and enjoy it! :D*
4. Keluarga kecil penulis yang begitu penulis cintai, mama dan koko. Tanpa dukungan, kesabaran, kasih sayang, dan cinta yang begitu besar dari mereka penulis tidak akan bisa sampai pada hari ini dan mampu menyelesaikan skripsi ini. *Both of you are my everything. Thank you so much for every single thing and for all this time. Love, thanks, and hug.*
:)
5. Anggit Tut Pinilih, selaku pemilik dari *website* Mbakdiskon. Terima kasih atas waktu dan kesempatan untuk mengenal lebih dekat dan lebih dalam tentang Mbakdiskon.
6. Anastassia Tri Hapsari, *staff marketing* W&W Spa. Terima kasih atas kesediaan waktunya untuk diwawancarai.
7. Hera, *user* Mbakdiskon. Terima kasih juga atas kesediaan waktunya untuk diwawancarai.
8. *Besties*. Aries, Gerald, Adit, Hery. *Guys, one word for us. Awesome!*
9. Teman-teman sepermainan dan seperjuangan di Yogyakarta. Ko Ari, Yoelius, Fen-Fen, Budi, Wahyu, Ko Andi, Denny, Edo, Nico, Angela,

Mel-Mel dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. *Thanks for our time, bro and sista!*

10. Semua teman-teman seangkatan yang sudah lulus duluan ataupun yang masih menikmati masa-masa liburannya dengan fasilitas diskon menggunakan KTM (baca : belum lulus). *Thanks all! ;D*
11. *Maekano*. Thanks buat semuanya, karena telah mengajarkanku untuk menerima penolakan disaat aku baru menerima kehilangan. :)
12. Kamu! Ya, kamu yang sudah mau membuka dan membaca skripsi ini, minimal halaman kata pengantar ini hingga selesai.

Terima kasih buat semua nama dan pihak yang telah disebut diatas. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih buat nama-nama dan pihak-pihak yang belum disebut di atas karena keterbatasan waktu dan halaman. Sekali lagi terima kasih banyak.

Dengan hormat,

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
D.1 Manfaat Teoritis.....	5
D.2 Manfaat Praktis.....	6
E. Kerangka Teori.....	6
E.1 Komunikasi Pemasaran.....	6
E.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
E.3 Promotion Mix.....	23
E.4 Direct Marketing.....	27
E.5 Online Marketing.....	32
E.6 Website.....	34
F. Kerangka Konsep.....	37
F.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	37
F.2 Daily Deals.....	39
G. Metodologi Penelitian.....	41

G.1 Jenis Penelitian.....	41
G.2 Metode Penelitian.....	41
G.3 Lokasi Penelitian.....	41
G.4 Subyek Penelitian.....	41
G.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
G.6 Analisis Data.....	43
G.7 Triangulasi Data.....	43

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah & Profile Mbakdiskon.....	45
B. Logo Mbakdiskon.....	48
C. Visi & Misi Mbakdiskon.....	48
C.1 Visi Mbakdiskon.....	48
C.2 Misi Mbakdiskon.....	48
D. Struktur Organisasi.....	49
E. Website Mbakdiskon.....	51
F. Isi Website Mbakdiskon.....	52
F.1 Beranda.....	52
F.2 Cara kerja Mbakdiskon.....	52
F.3 Konfirmasi.....	52
F.4 Deal Sebelumnya.....	52
F.5 Sign In.....	53
F.6 Sign Up.....	53
F.7 Media Partner.....	53
F.8 Merchant Partner.....	54
F.9 Rekomendasikan Merchant.....	54
F.10 Yuk Pasang Deal di Mbakdiskon.....	54
F.11 Tentang Kami.....	55
F.12 Kontak Kami.....	55
G. Cara Kerja Mbakdiskon.....	55

H. Daftar Merchant.....	57
I. Media Partner.....	58

BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Hasil Penelitian.....	61
A.1 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Mbakdiskon.....	62
A.1.1 Menciptakan tokoh fiktif.....	63
A.1.2 Visi misi Mbakdiskon.....	64
A.1.3 Logo.....	64
A.1.4 Sistem pemasaran dan penjualan.....	65
A.1.5 Target audiens.....	66
A.1.6 Pemilihan media.....	67
A.1.7 Penetapan tujuan komunikasi.....	69
A.1.8 Perencanaan pesan.....	70
A.1.9 Pengumpulan <i>feedback</i>	77
A.2 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Online.....	81
B. Pembahasan.....	97

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	121
Daftar Pustaka.....	123
Lampiran.....	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	11
Gambar 1.2 Push Strategy.....	18
Gambar 1.3 Pull Strategy.....	19
Gambar 2.1 Friendlist Mbakdiskon di Twitter.....	46
Gambar 2.2 Friendlist Mbakdiskon di Facebook.....	46
Gambar 2.3 Logo Mbakdiskon.....	48
Gambar 2.4 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 2.5 Tampilan website Mbakdiskon.....	51
Gambar 2.6 Cara Kerja Mbakdiskon.....	55
Gambar 2.7 Saegde Studio.....	57
Gambar 2.8 Taman Sari Royal Heritage Spa.....	57
Gambar 2.9 Gibran Exclusive Photography.....	57
Gambar 2.10 Kejeprut Mang Uun.....	58
Gambar 2.11 Foodfezt.....	58
Gambar 2.12 W&W Spa.....	58
Gambar 2.13 SS Fm.....	59
Gambar 2.14 Ekspresi Suara Remaja.....	59
Gambar 2.15 Geronimo.....	59
Gambar 2.16 Jiz Fm.....	59
Gambar 2.17 Info Tembalang.....	60
Gambar 2.18 Swaragama.....	60
Gambar 2.19 Harian Jogja.....	60
Gambar 2.20 Open rice.....	60
Gambar 2.21 Unisi.....	60
Gambar 3.1 Gaya Bahasa Mbakdiskon.....	71
Gambar 3.2 Review deal spa.....	72
Gambar 3.3 <i>printscreen</i> penyapaan 1.....	73
Gambar 3.4 <i>printscreen</i> penyapaan 2.....	73

Gambar 3.5 printscreen <i>feedback</i>	79
Gambar 3.6 Facebook Mbakdiskon.....	82
Gambar 3.7 Twitter Mbakdiskon.....	82
Gambar 3.8 <i>Printscreen</i> Kuota.....	86
Gambar 3.9 Pasukan Mbakdiskon.....	88
Gambar 3.10 Event GREPE.....	91
Gambar 3.11 Event Friendship Photo Competition.....	92
Gambar 3.12 Facebook Mbakdiskon Semarang.....	94
Gambar 3.13 Twitter Mbakdiskon Semarang.....	94
Gambar 3.14 Link Mbakdiskon di Desktop Platinum Internet Cafe.....	96
Gambar 3.15 <i>banner</i> pada tabloid tembalang.....	97
Gambar 3.16 <i>Printscreen banner</i> pada infotembalang.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Printscreen Facebook Mbakdiskon - “komen-komenan”.....	126
Lampiran 2 Printscreen Twitter Mbakdiskon - “tag-tagan”	126
Lampiran 3 Printscreen Tombol Share di Website Mbakdiskon (1).....	127
Lampiran 4 Printscreen Tombol Share di Website Mbakdiskon (2).....	127
Lampiran 5 Printscreen Tweet Event Mbakdiskon.....	128
Lampiran 6 Printscreen “tag-tagan” di Facebook.....	128
Lampiran 7 Interview Guide (Ditujukan kepada pemilik Mbakdiskon).....	129
Lampiran 8 Interview Guide (Ditujukan kepada Merchant).....	140
Lampiran 9 Interview Guide (Ditujukan kepada User).....	147
Lampiran 10 Transkrip Wawancara (Owner).....	154
Lampiran 11 Transkrip Wawancara (Merchant).....	169
Lampiran 12 Transkrip Wawancara (User).....	174