

STRATEGI KOMUNIKASI PT TELUNJUK KOMPUTASI  
INDONESIA DALAM FITUR PRICE ALERT PADA CUSTOMER

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

SRI SEPTIANI

051303503125033

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2017

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Sri Septiani

NIM : 051303503125033

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Humas

Strategi Komunikasi PT Telunjuk Komputasi Indonesia Dalam Fitur Price Alert pada Customer

Jumlah Halaman : xv + 82 + 13

Bibliografi : 24 buku (1985-2015), 3 Skripsi, 5 Artikel Internet

ABSTRAK

Trend belanja online dan antusias konsumen semakin meningkat dengan maraknya e-commerce menjadi dasar bagi lahirnya startup perbandingan harga. Sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual yaitu komunikasi pemasaran. Dalam proses penyampaian pesan atau informasi yang cenderung terbuka melalui media modern dalam menghubungkan komunikator dan komunikannya yang berjumlah banyak, terpencar, heterogen secara massal dan serentak guna tercapainya tujuan dan menimbulkan efek tertentu disebut komunikasi massa. Penelitian ini dilakukan di PT Telunjuk Komputasi Indonesia beralamatkan di jalan Pangeran Antasari no. 69 Jakarta Selatan. Menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, metode yang digunakan adalah interasi simbolik serta bersifat deskriptif. PT Telunjuk Komputasi Indonesia dalam berkomunikasi dengan para customer dilakukan dengan sangat maksimal, selektif, inovatif dan memiliki tanggung jawab sosial. Tahapan strategi komunikasi yang tepat sudah dijalankan oleh telunjuk, proses keseluruhan komunikasi pemasaran dikelola dan dikoordinasi dengan baik. Tetap fokus dan selalu berfikir positif nilai lebih untuk telunjuk. Inovatif, kreatif, serta intensif dalam komunikasi dan promosi mampu meningkatkan citra perusahaan

Kata Kunci : Trend belanja online, informasi, komunikasi massa, strategi komunikasi

Pembimbing I : Bertha K Sinambela, S.Sos., M.Si

Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE FACULTY

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Sri Septiani  
NIM : 051303503125033  
STUDY PROGRAM : Communications  
INTEREST : Public Relations

Communication Strategy of PT Telunjuk Komputasi Indonesia in Price Alert Feature on Customers

NUMBER OF PAGES : xv + 82 + 13

BIBLIOGRAPHY : 24 book (1985-2015), 3 thesis, 5 Internet Article.

#### ABSTRACT

The trend of online shopping and consumer enthusiasm is increasing with the rise of e-commerce becoming the basis for the birth of price comparison startup. Marketing communication is a tool which use by the company to inform, persuade, and remind consumers directly or indirectly about the products and brands sold. In the process of delivering messages or information that tends to open through modern media, connecting communicators and communicant which with large amount, scattered, heterogeneous and simultaneous in order to achieve the purpose and cause a certain effect called mass communication. This research was conducted at PT Telunjuk Komputasi Indonesia addressed at Pangeran Antasari street no. 69 South Jakarta. Using constructivism paradigm with qualitative approach, symbolic and descriptive interaction method will be applicate. PT Telunjuk Komputasi Indonesia perform with maximum, selective, innovative and have social responsibility in communicating with the customer. The stage of communication strategy has been executed by telunjuk, the overall process of marketing communication is well managed and coordinated. Stay focused and always think positive are values added for telunjuk. Innovative, creative, and intensive in communication and promotion could improve the company image

Keywords : Trend of online shopping, information, mass communication, communication strategy

Supervise lecture I : Bertha K Sinambela,S.Sos., M.Si

Supervise lecture II : Drs. Solten Rajagukguk, MM