

ABSTRAK

Penerapan internet sebagai media komunikasi pemasaran adalah kewajiban di era digital saat ini. Hal ini disebabkan oleh kehadiran internet yang membawa banyak perubahan. Bukan hanya dari cara berkomunikasi, kebiasaan masyarakat di dalam melakukan transaksi pembelian produk atau jasa pun ikut berubah mengikuti perkembangan zaman. Masyarakat yang tadinya tidak memiliki akses lebih mengenai informasi produk atau jasa yang diinginkan, saat ini dapat mengakses informasi tersebut dengan mudah. Sehingga, masyarakat cenderung melakukan riset produk atau jasa yang mereka inginkan menggunakan internet.

Akan tetapi, bagaimana penerapan internet sebagai media komunikasi pemasaran para pendiri usaha mikro di Indonesia? Hal ini harus menjadi perhatian pemerintah karena dengan telatnya penyerapan internet para pendiri usaha mikro dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi di Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana penerapan internet sebagai media komunikasi pemasaran usaha mikro khususnya di DI Yogyakarta agar dapat menjadi gambaran di dalam mengantisipasi kemajuan teknologi.

Menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, peneliti ingin memetakan bagaimana penerapan internet sebagai media komunikasi pemasaran usaha mikro dimulai dari pemilihan saluran (menerapkan internet atau tidak dan pemilihan fasilitas internet), tujuan di dalam menerapkan internet, serta bauran komunikasi pemasaran apa saja yang dilaksanakan oleh pendiri usaha mikro. Setelah dilakukan penelitian, didapatkan bahwa penerapan internet sebagai media komunikasi pemasaran di kalangan usaha mikro di DI Yogyakarta masih rendah. Selain itu, mayoritas tujuan dari dilaksanakannya kegiatan komunikasi pemasaran adalah menginformasikan produk atau jasa. Untuk pemilihan fasilitas internet, *instant messaging* menjadi media yang mayoritas digunakan. Sedangkan bauran komunikasi pemasaran yang dilaksanakan menggunakan internet pun hanya berkutat pada promosi penjualan dan pemasaran langsung.

ABSTRACT

Today as in the time of digital era, using the application of internet as a marketing communication media is a certain thing to do. This is happening because of the internet's presence that brings so much differences. Along the way, time's also moves not only how we communicate with each other, but also people's habits in purchasing product and service. In the time before, people's used to not having many access to know some information about the product or service that they want, but now they can easily access it. So now, people will tend to do some research about the product or service they want by using the internet.

But then, how is Indonesia's micro business founders use the application of internet as a marketing communication media? This thing need to get more attention from the government because if the micro business founders having a delayed time in understanding the application of internet as a marketing communication media, this can and will affect Indonesia's economic stability. Therefore, this research is going give the results on how is the using of internet application as a marketing communication media in micro businesses, especially in D.I. Yogyakarta, so there will be a clear image on how to anticipate the technologies movement.

Using quantitative descriptive as the method, researcher's willing to know, making mind map, and understand about how is the application of internet as marketing communication media on micro businesses, start from which channel that they choose (do they use the application of internet or not and choosing the internet's facilities), their goals in using the application of internet, and which marketing communication mix that they do. The result shows that the application of internet as marketing communication media among the micro businesses in D.I. Yogyakarta is still low. The goals majority from doing marketing communication is to inform their product or service. Instant messaging is the most used internet facility that micro businesses founder chooses. And finally, the marketing communication mix that they do using the internet is only to promote their product or service and still doing the direct marketing and selling.