

ABSTRAK

Dalam menjual barang atau jasa, perusahaan memerlukan sebuah perencanaan komunikasi pemasaran yang matang. Hal tersebut agar tujuan dari proses pemasaran itu sendiri dapat tercapai sesuai yang diinginkan oleh pihak manajemen pemasaran. Saat ini banyak perusahaan menggunakan internet sebagai salah satu media komunikasi pemasarannya. Salah satu fitur dalam internet yang paling digunakan adalah *website*. *Website* adalah sebuah sistem situs komputer yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *browser* dan dengan menyambungkan komputer dengan internet. Dengan kelebihan pada *website*, bagian *International Office* Universitas Telkom ingin mengkomunikasikan pesan melalui *website* www.io.telkomuniversity.ac.id. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran *International Office* Universitas Telkom melalui media *website* www.io.telkomuniversity.ac.id. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat beberapa strategi pesan dan strategi media yang digunakan oleh bagian *International Office* Universitas Telkom dalam proses komunikasi pemasarannya melalui media *website*.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran. Website, Internet

ABSTRACT

In selling goods or services, companies need a mature marketing communications planning. It is for the purpose of the marketing process itself can be achieved as desired by the management of marketing. Currently, many companies use the internet as a medium of marketing communications. One of the features in the internet's most usage is website. The website is a site system computers are very spacious that can be visited by anyone with a browser program and connect the computer to the internet. With the excess on the website, International Office Telkom University wants to communicate a message through the website www.io.telkomuniversity.ac.id. This research aim to determine the marketing communication strategy of International Office Telkom University through www.io.telkomuniversity.ac.id website. This research used a qualitative method. This research found that there were several strategies messages and media strategies used by International Office Telkom University in the process of marketing communications through the website.

Keywords: *Marketing Communications, Strategy, Internet, Website.*