

# ABSTRAK

Nama/ NIM: Rhesya Agustine/ 200352263

Judul: Strategi Kemasan Pesan Kampanye Majalah Historia Melalui Media Online

Jumlah Halaman: viii; 58 ; 2 bagan; 3 gambar; 2 lampiran.

Kata Kunci: Media Online, Pesan Kampanye, Strategi

Daftar Pustaka: 18 judul 1982-2010

Secara garis besar penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemasan pesan yang digunakan dalam kampanye MHO, mengetahui faktor-faktor yang diperhatikan dalam memilih kemasan pesan, mengetahui strategi kemasan pesan dalam kampanye dan untuk mengetahui pilihan strategi pesan dengan tahapan-tahapan difusi Inovasi, dan media online. Metode penelitian yang digunakan studi kasus dengan tujuan deskriptif. Desainnya tipe satu yang melibatkan informan dan key informan.

Hasil penelitian yang diperoleh sebagai berikut; Kemasan pesan yang digunakan adalah pesan rasional, pesan emosional dan berulang (*repetitive*). MHO menyusun pesan kampanye dengan memperhatikan faktor utama yakni karakteristik khalayak (kelompok usia 18-25 tahun) dan karakteristik media online dengan mempertimbangkan (*Reach, frequency, selectivity, efficiency*). Strategi pesan yang digunakan oleh MHO dalam proses penyusunan pesan mempertimbangkan isi, struktur dan format untuk menambah kepersuasifan pesan yang disampaikan. Hal itu diperhatikan mengingat pesan yang disampaikan memenuhi unsur inovasi sehingga faktor *adopters* menjadi perhatian utama.

Untuk mengoptimalkan strategi pesan kampanye disarankan, MHO lebih memperhatikan secara komprehensif, termasuk kurun waktu kampanye. Isi kampanye sebaiknya juga bervariasi subject matternya dengan memperbanyak pesan yang memungkinkan khalayak berinteraksi. Untuk memudahkan khalayak mengakses pesan kampanye, diharapkan MHO menggunakan aplikasi *mobile* untuk situs MHO.