

# STRATEGI KOMUNIKASI SISTEM OPERASI WINDOWS

*Analisis Upaya Microsoft dalam Mananggulangi  
Windows Bajakan*

## SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Sosial  
Program Studi Ilmu Komunikasi*



Oleh :

Yoachim Minggu Hariyadi  
NBI : 151000483

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
2014

**MOTTO**

*Berpikir Positif, Percaya Diri, Optimis*

## Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Yoachim Minggu Hariyadi

NBI : 151000483

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI SISTEM OPERASI WINDOWS  
(*Analisis Upaya Microsoft dalam Mananggulangi  
Windows Bajakan*)

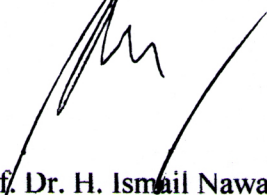
Surabaya, 3 Februari 2014

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. H. Agus Sukristyanto, M.S.

Disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing



Prof. Dr. H. Ismail Nawawi, M.Si.

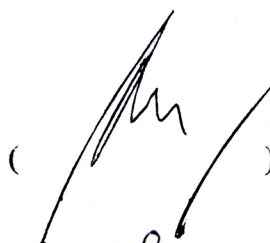
## Tanda Pengesahan Skripsi

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) - Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

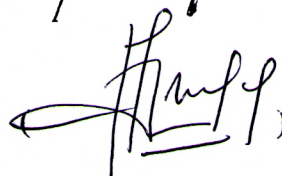
Surabaya, 6 Februari 2014

### Dewan Penguji

1. Prof. Dr. H. Ismail Nawawi, M.Si.  
Ketua



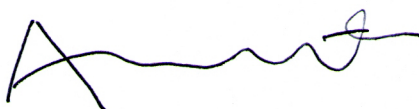
2. Dr. Ayun Maduwinarti, MP.  
Anggota



3. Achluddin Ibnu R.,S.H., M.Si.  
Anggota



Mengesahkan  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
Dekan,



Prof. Dr. H. Agus Sukristyanto, M.S.

## ABSTRAKSI

### STRATEGI KOMUNIKASI SISTEM OPERASI WINDOWS

#### *Analisis Upaya Microsoft dalam Mananggulangi Windows Bajakan*

Pembajakan terhadap program komputer (*software*) adalah salah satu bentuk kejahatan. Program komputer tersebut seharusnya didapatkan dengan cara membeli. Microsoft adalah salah satu perusahaan pembuat program komputer yang merasakan dampaknya. Sistem operasi Windows adalah sistem operasi komputer yang di produksi oleh Perusahaan Microsoft.

Indonesia termasuk kedalam negara dengan tingkat pembajakan *software* yang tinggi. Untuk menanggulangi sistem operasi Windows bajakan, Microsoft Indonesia sebagai anak perusahaan Microsoft, merancang berbagai strategi. Meskipun sudah dirancang strategi yang sedemikian rupa, tetapi tindakan pembajakan masih saja tetap terjadi dan semakin meningkat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*Library Research*) untuk mengamati dan menganalisis strategi serta hambatan dalam proses komunikasi Microsoft.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan baru di bidang strategi komunikasi, khususnya menyangkut penggunaan strategi komunikasi sistem operasi Windows.

Kata kunci: strategi komunikasi, analisis upaya Microsoft, sistem operasi Windows Bajakan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan berbagai keterbatasan dan hanya dengan ijin-Nya lah pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Sistem Operasi Windows. Penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah mendukung, membantu dan memberikan sumbangannya kepada penulis baik secara moril maupun materil selama proses pembuatan skripsi ini, yang ditujukan kepada :

1. Prof. Dr. drg. Hj. Ida A. Brahmasari, Dipl. DHE., MPA. selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945
2. Drs. Prof. Dr. H. Agus Sukristyanto, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Drs. D. Jupriono, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dosen Pembimbing I, Prof. Dr. H. Ismail Nawawi, M.Si. dan Dosen Pembimbing II, Drs. D. Jupriono, M.Si. yang sudah meluangkan waktu dan tenaga kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

5. Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si. selaku Dosen Wali yang senantiasa memberikan dukungan dan arahan yang berarti selama 7 semester.
6. Segenap dosen FISIP Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Ayah-Ibu Tercinta, Mertua, Istri Tercinta (Yohana Kresma Evi Natalia) serta Putriku Tersayang (Eleonora Berliandra Christie) yang telah memberikan semangat, inspirasi dan cinta serta doanya kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Sekolah dan rekan-rekan kerja di SMA Kristen Petra 3 yang telah memberikan dukungan semangat dan doa dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Universitas 17 Agustus 1945: Briantara Aji, Felix Setyasa, Samsu, Dennes Andreas, Silvia Susanti, Christina Herwinda, Retno, Indah dan semua yang selalu membantu dan mendukung selama ini.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan demi tercapainya penelitian yang lebih baik nantinya. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada para pembacanya.

Surabaya, 1 Februari 2014

Yoachim Minggu Hariyadi

**DAFTAR ISI**

Halaman Judul.....	i
Motto.....	ii
Tanda Persetujuan Skripsi.....	iii
Tanda Pengesahan Skripsi .....	iv
Abstraksi .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Pembahasan .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Strategi .....	7
2.2 Komunikasi .....	9
2.2.1 Unsur-unsur Komunikasi.....	12
2.2.2 Hambatan Komunikasi .....	20



BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Seting Penelitian.....	22
3.2 Jenis Penelitian.....	23
3.3 Sumber Data.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5 Teknik Analisis Data .....	24
3.6 Validasi Data .....	26
BAB IV PAPARAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	27
4.1 Deskripsi Perusahaan Microsoft.....	27
4.1.1 Profil Perusahaan Microsoft .....	27
4.1.2 Sejarah Microsoft .....	29
4.1.3 Divisi Produk Microsoft .....	52
4.2 Strategi Komunikasi Sistem Operasi Windows .....	54
4.3 Hambatan Komunikasi Sistem Operasi Windows .....	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
4.4.1 Strategi.....	83
4.4.2 Hambatan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Sejarah Logo Microsoft .....	33
Tabel 4.2 : Sejarah Logo Windows.....	39
Tabel 4.3 : Sejarah Windows diatas MS-DOS.....	42
Tabel 4.4 : Sejarah Windows tanpa MS-DOS .....	45
Tabel 4.5 : Sejarah Windows Berbasis kernel Windows NT.....	48
Tabel 4.6 : Statistik Pengguna Windows di Indonesia.....	69
Tabel 4.7 : Daftar harga sistem operasi Windows .....	78
Tabel 4.8 : Daftar harga sistem Microsoft Office .....	80

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 : Unsur komunikasi Paradigma Lasswell.....	11
Gambar 4.1 : Paul Allen dan Bill Gates .....	30
Gambar 4.2 : Altair 8800 .....	31
Gambar 4.3 : Tampilan Windows 1.0 .....	42
Gambar 4.4 : Tampilan Windows 2.x .....	43
Gambar 4.5 : Tampilan Windows 2.1x .....	44
Gambar 4.6 : Tampilan Windows 95 .....	45
Gambar 4.7 : Tampilan Windows 98 .....	46
Gambar 4.8 : Tampilan WindowsME .....	47
Gambar 4.9 : Tampilan Windows XP .....	49
Gambar 4.10 : Tampilan Windows Vista.....	50
Gambar 4.11 : Tampilan Windows 7 .....	51
Gambar 4.12 : Tampilan Windows 8 .....	51
Gambar 4.13 : Pesan Informatif Microsoft .....	57
Gambar 4.14 : Pesan Persuasif Microsoft.....	58
Gambar 4.15 : Pesan Persuasif Microsoft.....	59
Gambar 4.16 : Pesan Koersif Microsoft.....	60
Gambar 4.17 : Pesan Koersif Microsof.....	61
Gambar 4.18 : Poster Pesan Microsoft.....	62
Gambar 4.19 : Berita Software asli .....	64
Gambar 4.20 : Tampilan awal Microsoft Indonesia.....	65
Gambar 4.21 : Tampilan link Produk Microsoft Indonesia .....	66
Gambar 4.22 : Tampilan link Unduh Microsoft Indonesia .....	67
Gambar 4.23 : Tampilan link Dukungan Microsoft Indonesia .....	67