



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT TELKOM BSD DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN SPEEDY INSTAN CARD
TAHUN 2012-2013**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communications

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh:
HELEN IRENE CHRISTIN

44309010004

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT TELKOM
BSD DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SPEEDY
INSTAN CARD TAHUN 2012-2013

Nama : Helen Irene Christin

NIM : 44309010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communications

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 September 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Morissan, M.A.)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT TELKOM
BSD DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SPEEDY
INSTAN CARD TAHUN 2012-2013

Nama : Helen Irene Christin

NIM : 44309010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communications

Jakarta, 11 September 2013

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing

(Morissan, M.A.)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT TELKOM
BSD DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SPEEDY
INSTAN CARD TAHUN 2012-2013

Nama : Helen Irene Christin

NIM : 44309010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communications

Jakarta, 22 September 2013

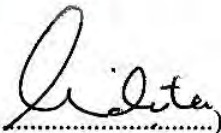
Ketua Sidang

A. Rahman H.I., M.M., M.Si.


(.....)

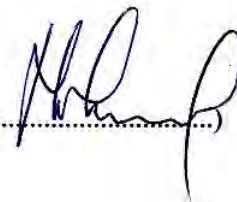
Penguji Ahli

Nindyta Aisyah, M.Si.


(.....)

Pembimbing

Morissan, M.A.


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT TELKOM
BSD DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SPEEDY
INSTAN CARD TAHUN 2012-2013

Nama : Helen Irene Christin

NIM : 44309010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communications

Jakarta, 28 September 2013

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

(Morissan, M.A.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih setia dan anugerah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi, Jurusan Advertising and Marketing Communications, Universitas Mercu Buana. Adapun judul yang diambil peneliti adalah **“Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan PT Telkom BSD dalam Meningkatkan Penjualan Speedy Instan Card tahun 2012-2013”**.

Skripsi ini dibuat sesuai dengan ruang lingkup Fakultas Ilmu Komunikasi dengan tetap mengacu pada kaidah-kaidah penulisan penelitian. Namun demikian tidak tertutup kemungkinan masih adanya beberapa kekurangan.

Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Morissan, M.A., selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak A. Rahman H.I., M.M., M.Si., selaku Ketua sidang sekaligus Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Nindyta Aisyah, M.Si., selaku Penguji ahli atas waktu dan kesempatannya.
4. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si., selaku Ketua Bidang Studi Advertising and Marketing Communications.

5. Ibu Ira Purwitasari, M.IKom., selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising and Marketing Communications.
6. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Dosen-dosen FIKOM Universitas Mercu Buana, terutama Dosen Jurusan Advertising and Marketing Communications yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Para *staff* TU FIKOM Universitas Mercu Buana terutama Pak Syam yang telah membantu peneliti dalam hal pengurusan dokumen dan surat-surat.
9. Bapak Chairul Saleh selaku Manager Wireless Broadband PT Telkom Indonesia Area Tangerang yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
10. Bapak S.K Kristonadi selaku Assistant Manager Delivery and Customer Care Wireless Broadband PT Telkom Indonesia, Tbk Area Tangerang yang telah bersedia meluangkan waktu dan kesempatannya untuk wawancara guna melengkapi data-data selama penelitian.
11. Ibu Titin, S.T., selaku Officer 2 Wireless Broadband Operation PT Telkom Indonesia, Tbk. Area Tangerang atas waktu dan masukan yang diberikan kepada peneliti selama melakukan penelitian.
12. Mbak Evi Arvianty beserta seluruh *officer* Divisi Wireless Broadband atas *support* dan doa kepada peneliti selama menjalani proses penyusunan skripsi ini.

Selain itu peneliti tidak lupa untuk mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta yang telah mendoakan dengan tulus dan memberikan dukungan moral maupun materil serta dorongan semangat bagi peneliti demi kelancaran skripsi ini, serta kakak Chatrina, SE.
2. Teman-teman tersayang; Pritta, Gita, Fika, Dian, Veriz, Putri, Winda, Chicha, Umi, Rifqa, Yellsa, Alex, Dinni atas *support*, pengalaman dan kebersamaan yang kita lalui selama menjalani perkuliahan, semoga kita semua sukses di masa mendatang.
3. Sahabat-sahabat tersayang; Maria, Devi, Ricka, Melisa, Thea, Renata terima kasih atas persahabatan yang terus terjalin hingga saat ini.
4. *My beloved sisters*; Yasmin, Corry, Cintami, atas pengertian, motivasi, dan dukungannya yang diberikan kepada peneliti hingga saat ini. *God bless you as always*.
5. Keluarga besar PMK Mercu Buana terutama kak Mega, Mutiara, Lona, Elissa, atas *spirit* dan motivasi serta penanaman nilai moral dan agama kepada peneliti sehingga peneliti dengan benar dalam menjalani perkuliahan di Mercu Buana.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan di Advertising and Marketing Communications Angkatan 2009 selama menjalani masa-masa kuliah bersama.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan untuk menyempurnakan penelitian ini selanjutnya,

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan menambah wawasan khususnya di bidang *marketing*.



Jakarta, 11 September 2013

UNIVERSITAS Helen Irene Christin
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN LULUS SIDANG.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Komunikasi.....	11
2.2 Komunikasi Sebagai Salah Satu Aktivitas Pemasaran.....	15
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	27
2.3.1 <i>Push Strategy</i> / Strategi Mendorong	33
2.3.2 <i>Pull Strategy</i> / Strategi Menarik	33
2.4 Penjualan.....	34
2.5 Tujuan Komunikasi Pemasaran	35

2.6	Ciri Utama Komunikasi Pemasaran	36
2.7	Segmentasi – <i>Targeting</i> – <i>Positioning</i>	37
2.7.1	Segmentasi	37
2.7.2	<i>Targeting</i>	39
2.7.3	<i>Positioning</i>	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian.....	43
3.3	Subjek Penelitian.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1	Data Primer	45
3.4.2	Data Sekunder.....	46
3.5	Fokus Penelitian dan Definisi Konsep	46
3.5.1	Fokus Penelitian.....	46
3.5.2	Definisi Konsep.....	46
3.6	Teknik Analisis Data	47
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.2	Visi dan Misi PT Telkom Indonesia, Tbk.	53
4.1.3	Produk dan Layanan.....	55
4.1.4	Telkom Speedy	57
4.1.5	Speedy Instan Card.....	60
4.1.6	Indonesia WiFi.....	61
4.2	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	64
4.2.2	Analisis SWOT	67
4.2.3	Alat - Alat Komunikasi Pemasaran	69

4.3 Pembahasan.....	73
---------------------	----

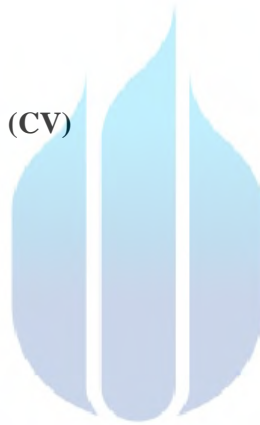
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Akademis.....	84
5.2.2 Saran Praktis.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE (CV)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Cellular Industri In Indonesia.....	5
Gambar 2.1: Elemen dalam Proses Komunikasi	14
Gambar 2.2: Strategi Mendorong	33
Gambar 2.3: Strategi Menarik	33
Gambar 2.4: Proses Pertukaran	34
Gambar 4.1: Logo Telkom Indonesia	52
Gambar 4.2: Bentuk Fisik Speedy Instan Card	60



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Segementasi Speedy Instan Card	65
--	----

