

ABSTRAK



Helen Irene Christin (44309010004)

Strategi Komunikasi Pemasaran PT Telkom BSD dalam Meningkatkan Penjualan Speedy Instan Card Tahun 2012-2013

85 halaman + 33 Lampiran (7 Gambar, 1 Tabel)

Bibliografi 31 Acuan (1990-2012) + 4 Url

Komunikasi pemasaran merupakan langkah penting bagi suatu perusahaan dalam memperkenalkan produknya ditengah masyarakat dan membutuhkan strategi yang tepat guna dalam memperkenalkan produknya ditengah ketatnya persaingan di industri telekomunikasi saat ini khususnya penyedia layanan internet.

Terkait hal tersebut dalam penelitian ini, peneliti pun tertarik untuk memahami dan mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang kreatif, efektif, dan efisien dalam menarik para pelanggan yang diterapkan oleh PT. Telkom BSD dalam memasarkan Speedy Instan Card tahun 2012-2013.

Penelitian ini memiliki tipe deskriptif melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dengan teknik triangulasi menggunakan metode wawancara dengan narasumber/ pihak-pihak yang dinilai mengetahui secara jelas mengenai proses komunikasi pemasaran pada SPIN Card yang bertujuan untuk memperoleh gambaran strategi yang digunakan dalam memasarkan SPIN Card serta studi kepustakaan yang terkait dengan strategi komunikasi pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Telkom BSD guna meningkatkan penjualan pada Speedy Instan Card adalah dengan melakukan *push strategy* tetapi tetap memadukan alat-alat komunikasi pemasaran seperti *advertising*, *sales promotion*, dan *personal selling*.