



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT BAKRIE TELECOM TBK PADA  
PRODUK ESIA PRABAYAR PERIODE TAHUN 2010**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & marketing  
Communications

Disusun oleh :

**MOHAMAD ISMET**

44307010027

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2011**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT BAKRIE  
TELECOM TBK PADA PRODUK ESIA PRABAYAR  
PERIODE TAHUN 2010.

Nama : Mohamad Ismet

Nim : 44307010027

Fakultas : Ilmu Komunikasi

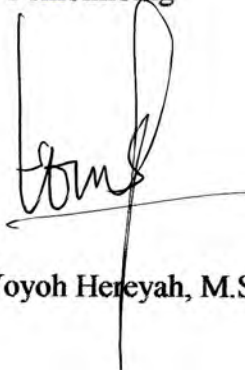
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 18 November 2011

Mengetahui,

Pembimbing



( Dra. Yoyoh Herayah, M.Si )

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Mohamad Ismet  
NIM : 44307010027  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Study : Marketing Communication & Advertising  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT BAKRIE  
TELECOM TBK PADA PRODUK ESIA PRABAYAR PERIODE  
TAHUN 2010.

Jakarta, 24 November 2011

1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

()


2. Penguji Ahli

Nama : SM. Niken Restaty, M.Si

()

3. Pembimbing

Nama : Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si

()

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Mohamad Ismet  
NIM : 44307010027  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Study : Marketing Communication & Advertising  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT BAKRIE  
TELECOM TBK PADA PRODUK ESIA PRABAYAR PERIODE  
TAHUN 2010.

Jakarta, 13 Desember 2011

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

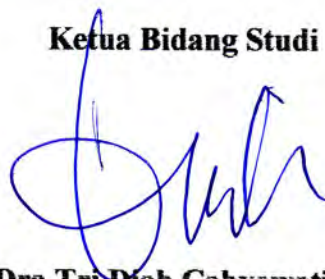
( Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



( Dra. Diah Wardhani, M.Si )

Ketua Bidang Studi



( Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si )

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penyusunan skripsi ini sebagai suatu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Penulis menyadari akan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis menerima segala bentuk kritik dan saran.

Teriring ungkapan terima kasih yang sedalam - dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam mempersiapkan, menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku pembimbing yang telah berkenan mencurahkan perhatiannya dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik - baiknya.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku kordinatos skripsi dan pembimbing Akademik yang banyak membantu dan bimbingan serta memberikan masukan sehingga memudahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan pada penulis, yaitu orang tua: Ayahanda Drs. Ahmad Ridho dan

ibunda Soraya Ali A, Ananda: Mosa Kadzim dan Muh. Alwi. Terima kasih atas doa, perhatian, dan juga kasih sayang yang selalu diberikan untuk penulis.

4. Bapak dan Ibu, staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya, membimbing dan membantu hingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
5. Staf Tata Usaha, terutama Pak Samsudin yang telah membantu peneliti untuk membuat surat - surat yang di butuhkan peneliti. Dan seluruh staf perpustakaan Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu memberikan bahan - bahan yang dibutuhkan penulis untuk perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. Marketing Event Manager PT. Bakrie Telecom tbk pada perusahaan Esia Prabayar, Bapak Bayu Janitra yang telah meluangkan waktu penulis melakukan penelitian dengan cara wawancara di Perusahaan Esia Prabayar.
7. Distributor Esia Prabayar ITC Fatmawati dan Konsumen Esia Prabayar, Bapak Supardi dan Muh Alwi yang telah bersedia membantu menjadi narasumber untuk di wawancarai, Terima kasih banyak.
8. Sahabat - sahabat Advertising & Marketing Communication angkatan 2007: Siti Nanisa, Zairina Nur Sadiqa, Widi, Yan Dua Edmon, Gading Perkasa, Kiki Apriliani, Ari, Yang telah banyak membantu dalam memecahkan masalah skripsi ini.

9. Sahabat - sahabat Basbin, Kinjongiah, GC dan Real Perfect terutama Alwi, Rifky, Husein, Saleh, Adien, Elvia, Putri, Sese, MJ, Epe, Febri dan Bebe yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang turut membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun kiranya dapat memberikan manfaat dan tambahan pengetahuan bagi kita semua.



Jakarta, November 2011

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Penulis

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi .....	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	iii
Abstraksi .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Secara Akademis .....	8
1.4.2 Secara Praktis .....	8
<b>BAB II KERANGKA KONSEP</b>	
2.1 Komunikasi .....	9
2.1.1 Definisi Komunikasi .....	9
2.2 Pemasaran .....	13
2.3 Pemasaran Jasa.....	14
2.3.1 Mengelola Kualitas Jasa.....	15
2.3.2 Dimensi Kualitas Jasa .....	17
2.3.3 Mempertahankan Kualitas Jasa.....	19



2.3.3 Jasa Sebagai Suatu Sistem .....	20
2.4 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.4.1 Konsep Komunikasi Pemasaran.....	22
2.5 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	24
2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	25
2.6.1 STP Dalam Strategi.....	26
2.7 Bauran Pemasaran.....	33
2.7.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	34
2.8 Media Komunikasi Pemasaran.....	39

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Sifat Penelitian .....	45
3.2 Metode Penelitian .....	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4 Penentuan Nara Sumber.....	49
3.5 Definisi Konsep.....	50
3.6 Fokus Penelitian.....	51
3.7 Teknik Analisa Data.....	52

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.2 Strategi Team Marketing Dalam Promosi .....	61
4.3 Hasil Penelitian .....	63
4.4 Tinjauan Rencana Pemasaran .....	63
4.4.1 Analisa Faktor Kunci .....	64

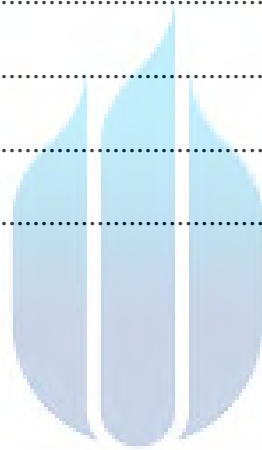
4.4.2 Penetapan STP.....	68
4.4.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	70
4.4.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	72
4.4.5 Media Komunikasi Pemasaran.....	75
4.4.6 Riset dan Evaluasi .....	78
4.2 Pembahasan.....	80

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Praktis.....	95

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>
----------------------------	-----------

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**