



VIDA RUKMAWANTI

44206010049

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PT. INDOSAT Tbk DALAM MEMPUBLIKASIKAN LAYANAN BLACKBERRY ON-DEMAND INDOSAT (PERIODE 2010-2011)

xiii + 130 halaman + 22 Tabel + 10 Lampiran

Bibliografi: 32 buku, 2 Website, (2000 - 2008)

ABSTRAKSI

Dengan adanya layanan *BlackBerry On-Demand* Indosat pelanggan tertarik untuk dapat menggunakannya, karena untuk memperluas social networking. *BlackBerry On-Demand* mendapat sambutan positif dari masyarakat karena pelanggan atau konsumen menikmati layanan dengan mudah. Dari latar belakang masalah tersebut muncul rumusan adalah sejauhmana efektivitas komunikasi PT. Indosat Tbk dalam mempublikasikan layanan *BlackBerry On-Demand* Indosat. Dengan semakin ketatnya persaingan antara operator telepon selular yang juga mengusung layanan *BlackBerry*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan bahwa peneliti ingin mengetahui sejauhmana efektivitas komunikasi PT. Indosat Tbk dalam mempublikasikan layanan *BlackBerry On-Demand* Indosat.

Konsep penelitian mengacu pada konsep efektivitas komunikasi yang dikemukakan oleh Jerry A. Hendrix yang mengukur tentang efektivitas yaitu kredibilitas sumber, message, saluran komunikasi, khalayak/ audience, feedback/ umpan balik. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei terhadap pengguna layanan *BlackBerry On-Demand* Indosat. Populasi penelitian ini adalah pelajar, mahasiswa dan karyawan atau pengguna layanan *BlackBerry On-Demand* Indosat di wilayah DKI Jakarta. Sampel yang digunakan adalah purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam penelitian ini yang berjumlah 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan diolah secara manual dengan menggunakan *table*, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi PT. Indosat Tbk dalam mempublikasikan layanan *BlackBerry On-Demand* Indosat sangat efektif/ positif. Dengan perolehan tertinggi dari dimensi kredibilitas sumber dengan data empiris dari perhitungan kumulatif sebesar 1981. Saran penulis adalah layanan *BlackBerry On-Demand* lebih ditingkatkan daya tariknya untuk menarik perhatian pelanggan atau konsumen.