FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

NABILAH MASHABI (44308010053)
PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TELKOM FLEXI (REGIONAL TANGERANG) DALAM MENGKOMUNIKASIKAN FLEXIDROID KEPADA KONSUMEN TAHUN 2011
5 Bab + 78 Halaman + 1 Tabel + 5 Gambar + 4 Lampiran + Referensi (2008 – 2012)

ABSTRAKSI

Kesadaran akan pentingnya perencanaan komunikasi pemasaran terpadu tersebut, menjadi dasar bagi *Marketing Department* TELKOM Flexi dalam merencanakan kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang kreatif dan inovatif sehingga menguntungkan secara *financial* dan *image* bagi perusahaan. Banyak upaya yang harus dilakukan perusahaan untuk memenangkan persaingan agar dapat meraih pangsa pasar, seperti melakukan berbagai inovasi pada produk yang ditawarkan, kualitas pelanggan, memperluas jangkauan wilayah jaringan, sehingga konsumen dapat menikmati produk tersebut ataupun menciptakan relasi yang baik agar terbentuk *loyalty and trust* di benak konsumen.

Model komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dari Belch & Belch dalam bukunya *"Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications perspective"*. Dalam penelitian ini peneliti berusaha membahas tentang perencanaan yang dilakukan oleh TELKOM Flexi dalam mengkomunikasikan FlexiDroid kepada konsumen tahun 2011.

Penelitian ini memiliki tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam kepada pihak yang di nilai mengetahui perencanaan komunikasi pemasaran terpadu di TELKOM Flexi.

Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan komunikasi pemasaran terpadu TELKOM Flexi dalam mengkomunikasikan FlexiDroid kepada konsumen tahun 2011, di mulai dengan membuat rencana pemasaran, analisis situasi program promosi, analisis proses komunikasi, mengembangkan program KPT, mengintegrasi & menerapkan strategi komunikasi pemasaran dan mengevaluasi program KPT.