



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KARTU
PASKA BAYAR MATRIX DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S-1) Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication**

Disusun Oleh :

**DEWI SETIATY KARYA
44305110011**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA, 2010**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
KARTU PASKA BAYAR MATRIX DALAM
UPAYA MENINGKATKAN "BRAND AWARENESS"**

Nama : Dewi Setiaty Karya

NIM : 44305110011

Fakultas : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 20 Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(S.M Niken Restaty, M.Si.)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
KARTU PASKA BAYAR MATRIX DALAM
UPAYA MENINGKATKAN "BRAND AWARENESS"**

Nama : Dewi Setiaty Karya

NIM : 44305110011

Fakultas : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 5 Agustus 2010

**Ketua Sidang,
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)**

()

**Penguji Ahli,
(Nurprapti WW, M.Si.)**

()

**Pembimbing,
(S.M Niken Restaty, M.Si.)**

()

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
KARTU PASKA BAYAR MATRIX DALAM
UPAYA MENINGKATKAN "BRAND AWARENESS"

Nama : Dewi Setiaty Karya

NIM : 44305110011

Fakultas : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 20 Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing



(S.M Niken Restaty, M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Sidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah..... Hanya kepada Allah segenap puji-pujian yang tulus dan luhur dihaturkan. Dia lah yang berkehendak : menumbuhkan hasrat dalam dada yang kemudian menjadi tekad yang bulat penuh, lalu lahirlah sebaris kata demi kata, yang terangkai dan terangkum menjadi Skripsi ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi. Judul yang diambil penulis adalah "Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Paska Bayar Matrix Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*".

Atas terselesaikannya penulisan Skripsi ini, secara spesial penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu S.M Niken Restaty, M.Si yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya selama membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini. Disamping itu penulis haturkan teirma kasih kepada :

1. Ibu Ani selaku Manager Brand Communication PostPaid & FTM PT Indosat
2. Ibu Yunita selaku Manager Brand PostPaid Management PT Indosat
3. Ibu Diah Aggraini selaku Manager Customer Insight PT Indosat
4. Ibu Dra. Tri Diah C. M.Si selaku Kepala Jurusan Marketing Communication
5. Bapak dan Ibu Dosen Tim Penguji

6. Bapak Fuad Fachroeddin – Group Head Strategic Marketing dan Andy Jobs – Division Head Marketing Communication selaku atasan penulis di PT Indosat, yang selalu memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini
7. Ibu dan Saudara-saudara sekandung, yang telah memberikan dorongan serta suasana tenang dan tentram sehingga proses persiapan dan penyusunan Skripsi ini dapat berlangsung dengan lancar
8. Suami ku tercinta yang telah memberikan cinta, kasih sayang, pengertian, perhatian serta dukungannya sehingga penulis dapat menjalani perkuliahan di UMB hingga selesai *You are my everything.....*
9. Saudara-saudara seiman, seperjuangan dan setujuan yang telah memberikan dorongan moril yang sangat besar artinya dan telah turut menyiram suburkan hasrat dan tekad
10. Seluruh karyawan TU Fikom dan karyawan Rektorat yang telah membantu kelancaran perkuliahan dan penyelesaian Skripsi ini
11. Sahabat penulis baik di Indosat maupun di UMB (PKSM Advertising & Marcomm. angkatan 7) atas segala dukungan dan perhatiannya sehingga memberikan semangat kepada penulis. *Your are the best.....*

12. Semua pihak yang mungkin belum disebutkan penulis tapi telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini

Terakhir, penulis mengharapkan semoga penulisan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri penulis maupun pihak yang berkepentingan dengan Skripsi ini.

Jakarta, Juli 2010

Dewi Setiaty Karya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR & TABLE	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi sebagai aktivitas pemasaran	8
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.1 Pengertian	13
2.2.1.1 <i>Pulling Strategy</i>	15
2.2.1.2 <i>Pushing Strategy</i>	15
2.2.2 Dasar Penerapan Komunikasi Pemasaran	17
2.2.3 Ciri Utama Komunikasi Pemasaran	18
2.3 Segmentasi, Targeting dan Positioning	24
2.3.1 Segmentasi	26

2.3.2 Targeting	28
2.3.3 Positioning	32
2.4 Analisa SWOT	34
2.5 Alat-alat komunikasi pemasaran	37
2.5.1 Iklan (<i>Advertising</i>)	37
2.5.2 Penjualan (<i>Personal Selling</i>)	39
2.5.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	39
2.5.4 Hubungan Masyarakat (<i>Publicity</i>)	39
2.5.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	40
2.6 Peranan Komunikasi Pemasaran	40
2.7 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	43
BAB III METODELOGI	47
3.1 Type Penelitian	47
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Subjek Penelitian	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Definisi Konsep & Fokus Penelitian	53
3.6 Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1 Visi dan Misi PT Indosat, Tbk.	59
4.1.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication	60
4.1.3 Kartu Paska Bayar Matrix	61
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Key Factor Analysis	66
4.2.1.1 Karakteristik Kartu Paska Bayar Matrix	66
4.2.1.2 SWOT Kartu Matrix	67

4.2.1.3 Target Market Kartu Matrix	71
4.2.1.4 Positioning Kartu Matrix	73
4.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran Kartu Matrix	74
4.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Matrix	75
4.3 Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR & TABLE

Gambar 2.1	Strategi Tarik	15
Gambar 2.2	Strategi Dorong	16
Gambar 2.3	Analisis SWOT	35
Gambar 2.4	Piramida <i>Brand Awareness</i>	45
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication	61
Gambar 4.2	Logo Mentari, IM3 dan Matrix	63
Gambar 4.3	Jumlah Pelanggan GSM per akhir tahun 2009	64
Table 4.4	Paket Kartu Matrix	69
Table 4.5	Target Market	73
Table 4.6	Materi <i>Above The Line</i>	86
Table 4.7	Materi <i>Below The Line</i>	88
Gambar 4.8	Jumlah Pelanggan Kartu Paska Bayar	90
Gambar 4.9	Tingkat Awareness Kartu Paska Bayar	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-1	Pedoman Wawancara	i
Lampiran-2	Daftar Hasil Wawancara Nara Sumber-1	iv
Lampiran-3	Daftar Hasil Wawancara Nara Sumber-2	vii
Lampiran-4	Daftar Hasil Wawancara Nara Sumber-3	x
Lampiran-5	Surat Pelaksanaan Penelitian	xii
Lampiran-6	Contoh Design Koran & Majalah	xiii
Lampiran-7	Contoh Design Iklan di buku Halal Indonsia	xiv
Lampiran-8	Contoh Design Koran & Majalah	xv
Lampiran-9	Contoh Design Flyer	xvi
Lampiran-10	Contoh Design Flyer	xvii
Lampiran-11	Contoh Design Amplop Tagihan Matrix	xviii
Lampiran-12	Data Penulis	xix