Bidang Studi Advertising & Marketing Communications
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

ABSTRAKSI

TIOLINA
44305110015
IMPLEMENTASI KEGIATAN PROMOSI KARTU PRABAYAR IM3 PUNYA INDOSAT PERIODE JANUARI sd JUNI 2010
xiii halaman + 104 halaman ; 5 Gambar; 17 lampiran
Bibliografi : 18 buku (1995-2006)

Kegiatan promosi merupakan pilar yang penting dalam mensosialisasikan, mengedukasi dan memasarkan suatu produk kepada konsumennya, bahkan promosi yang dilakukan suatu perusahaan dapat menimbulkan rasa kepercayaan serta kebanggan terhadap penggunaan suatu produk. Sebelum pelaksanaan kegiatan promosi, sudah sepatutnya di susun suatu strategi untuk lebih dalam mengenal pasar sasaran, daerah pasar serta pemain di bisnis yang sama. Setelah itu baru suatu perusahaan dapat menentukan elemen-elemen promosi apa yang akan dan cocok untuk di gunakan sesuai dengan karateristik product da target sasaran. IM3 adalah salah satu "pemain besar" di kartu prabayar di Indonesia. IM3 merupakan salah satu produk kartu prabayar Indosat yang sudah mempunyai awarness yang baik dan juga mempunyai pasar yang cukup besar dan loyal serta memang sesuai dengan target sasar. Dan hal tersebut dapat diraih,

Adapun tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh PT Indosat dalam mempromosikan kartu IM3 tersebut khususnya di periode Januari sd Juni 2010.

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi sebagai salah satu kegiatan pemasaran,*promotional mix*, *promotion mix,* strategi promosi : SWOT, STP dan elemen-elemen promosi.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif,dimana tehnik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Penulis
menyajikan gambaran maupun uraian mengenai kegiatan promosi sebagaimana adanya yang didapatkan dilokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas mengenai kegiatan promosi kartuprabayar IM3 punya Indosat periode Januari sd Juni 2010, Indosat menggunakan gabungan dari kedua strategi yang ada yaitu, *push dan pull strategy* dan hampir seluruh elemen-elemen promosi demi mengenalkan dan mempromosikan serta meningkatkan *brand awareness*, seperti *advertising* (melalui radio, flyer, brosur dan banner), *sales promotion* (diskon, sampel, *continuity program*, kontes), *public relation* (*event,news*), *personal selling*, dan *direct marketing* (*telemarketing*)