



**STRATEGI PERENCANAAN MEDIA KOMUNIKASI
LAYANAN BLACKBERRY PT INDOSAT
PERIODE JANUARI – DESEMBER 2009**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh :

**HARIANI
44307110022**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2010

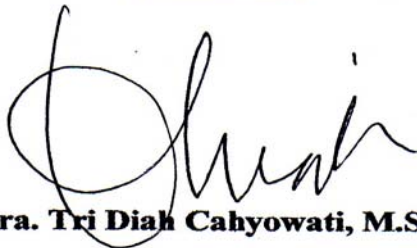
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : HARIANI
NIM : 44307110022
PROGRAM STUDI : MARKETING COMMUNICATION
JUDUL SKRIPSI : Strategi Perencanaan Media Komunikasi
Layanan BlackBerry PT Indosat
Periode Januari – Desember 2009

Jakarta, 18 Juni 2010

Mengetahui,

Pembimbing



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



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

NAMA : HARIANI
NIM : 44307110022
PROGRAM STUDI : MARKETING COMMUNICATION
JUDUL SKRIPSI : Strategi Perencanaan Media Komunikasi
Layanan BlackBerry PT Indosat
Periode Januari – Desember 2009

Jakarta, 08 April 2010

Ketua Sidang,
(Ponco Budi Sulisty, M.Comm.)

()

Penguji Ahli,
(Sugihartono S.Sos.)

()

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

()



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

NAMA : HARIANI
NIM : 44307110022
PROGRAM STUDI : MARKETING COMMUNICATION
**JUDUL SKRIPSI : Strategi Perencanaan Media Komunikasi Layanan
BlackBerry PT Indosat Periode Januari–Desember 2009**

Jakarta, 17 Juni 2010

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah... segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala Rahmat, petunjuk dan segala kemudahan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi berjudul Strategi Perencanaan Media Komunikasi Layanan BlackBerry PT Indosat ini disusun sebagai bagian dari tugas akhir perkuliahan Strata I Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis atas bantuan serta dukungan yang diberikan kepada penulis baik dari segi moril maupun materiil. Untuk itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si., selaku pembimbing sekaligus Ketua Jurusan Marcom, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang amat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Tim Penguji.
4. Bapak Agung Wijanarko, Bapak Andy Jobs, Ibu Dewi Setiaty K., Ibu Novia Diah Permatasari dan Ibu Astranivari, yang telah bersedia menjadi narasumber internal dalam penelitian ini.
5. Bapak Fuad Fachroeddin dan Bapak Andy Jobs, selaku atasan penulis yang selalu memotivasi, memberikan semangat dan memberikan buku-buku referensi sebagai bahan penulisan dalam penyelesaian skripsi ini..
6. Orangtua, suami dan anak-anakku tercinta atas segala doa, kasih sayang dan dukungannya sehingga penulis dapat menjalani dan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh karyawan TU Fikom dan karyawan Rektorat yang telah membantu kelancaran perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.

8. Sahabat-sahabatku baik di Indosat maupun di UMB (PKSM Marcom Angkatan XI) atas segala dukungan dan perhatiannya dalam memberikan semangat kepada penulis.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, Februari 2010

Hariani

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.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Signifikansi	6
1.4.1 Akademis.....	6
1.4.2 Signifikansi Praktis	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1 Komunikasi Pemasaran salah satu unsur penting pemasaran.....	7
2.2 Strategi Promosi	12
2.2.1 <i>Pulling Strategy</i>	13
2.2.2 <i>Pushing Strategy</i>	13
2.3 Periklanan/ <i>Advertising</i>	14
2.4 Strategi Perencanaan Media	16
2.5 Penyusunan Strategi Perencanaan Media	19
2.5.1 Analisis Situasi.....	20
2.5.2 Perencanaan Strategi Pemasaran.....	24
2.5.3 Perencanaan Strategi Kreatif.....	25
2.5.4 Penentuan Tujuan Media.....	27
2.5.5 Penetapan Strategi Perencanaan Media	28
2.5.6 Pemilihan Media dan Kelas Media	35
2.5.7 Jenis dan Karakteristik Media	36
2.5.8 Pengukuran Efektivitas Media	50
2.6 Evaluasi dan Tindaklanjut	53
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 55
3.1 Pendekatan Penelitian.....	55
3.2 Metode Penelitian	56
3.3 Teknik Pengumpulan Data	56

3.3.1	Data Primer	57
3.3.2	Data Sekunder	57
3.4	Narasumber.....	58
3.5	Definisi Konsep	59
3.6	Fokus Penelitian	60
3.7	Analisis Data.....	62
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Gambaran Umum Indosat.....	63
4.1.1	Visi dan Misi.....	63
4.1.2	Struktur Organisasi Divisi <i>Marketing Communication</i>	64
4.1.3	Profil Produk dan Layanan BlackBerry	66
4.1.3.1	Produk BlackBerry.....	66
4.1.3.2	Layanan BlackBerry Indosat.....	67
4.2	Hasil Penelitian.....	69
4.2.1	Analisis Situasi.....	70
4.2.1.1	Peta Kompetisi Pasar BlackBerry	71
4.2.1.2	Analisa SWOT	72
4.2.2	Target Market.....	74
4.2.3	Perencanaan Strategi Pemasaran.....	75
4.2.4	Perencanaan Strategi Kreatif.....	76
4.2.5	Penentuan Tujuan Media.....	77
4.2.6	Penetapan Strategi Perencanaan Media	78
4.2.7	Pemilihan Media dan Kelas Media	81
4.3	Pembahasan	86
4.3.1	Penentuan Tujuan Media.....	89
4.3.2	Penetapan Strategi Perencanaan Media	89
4.3.3	Pemilihan Media dan Kelas Media	90
4.3.4	Penerapan Strategi Perencanaan Media	91
4.3.5	Evaluasi dan Tindak lanjut.....	91
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
5.2.1	Akademis.....	94
5.2.2	Praktis.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DATA RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Hubungan Promosi, Produk, Harga, Distribusi	9
Tabel 2	<i>Element Promotion Mix</i>	11
Tabel 3	<i>Marketing Communication Spectrum</i>	15
Tabel 4	<i>Activities involved in developing Media Plan</i>	19
Tabel 5	<i>Developing the Media Plan</i>	20
Tabel 6	<i>The Methods of Promotional Scheduling</i>	31
Tabel 7	<i>Geneal Characteristics of Major Media Forms</i>	50
Tabel 8	Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication Indosat	64
Tabel 9	Data Paket & Tarif 3 Operator Terbesar	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Wawancara
Lampiran 2	Struktur Organisasi PT Indosat
Lampiran 3	Contoh Media Plan
Lampiran 4	Contoh Media Online
Lampiran 5	Contoh Materi Iklan BlackBerry
Lampiran 6	Contoh Skedul Program Aktivasi/ <i>Event</i>