



**PELAKSANAAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
CDMA ESIA**

Disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memenuhi gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Nama : Yusie Grace Thelma Rindengan
Nim : 0430312-013
Jurusan : Komunikasi Pemasaran & Periklanan

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI PEMASARAN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**



MERCU BUANA

Fakultas Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta

Lembar Persetujuan Sidang Skripsi

Nama : Yusie Grace Thelma Rindengan
Nim : 0430312-014
Jurusan : *Marketing Communication & Advertising*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Juni 2006
Mengetahui Dosen Pembimbing,

SM. Niken Restati, S.Sos, M.Si.



MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Yusie G.T. Rindengan
NIM : 0430312-013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Skripsi : Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran CDMA Esia

Ketua Sidang

Nama : Drs. Akhmad Mulyana, M.Si. (.....)

Penguji Ahli

Nama : Nurprapti, S.Sos, M.Si. (.....)

Pembimbing

Nama : SM. Niken Restati, S.Sos, M.Si (.....)



MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Yusie G.T. Rindengan
NIM : 0430312-013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Skripsi : Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran CDMA Esia

Jakarta, 2 September 2006

UNIVERSITAS
DISETUJUI DAN DITERIMA OLEH
MERCU BUANA

Pembimbing

(SM. Niken Restati, S. Sos, M.Si.)

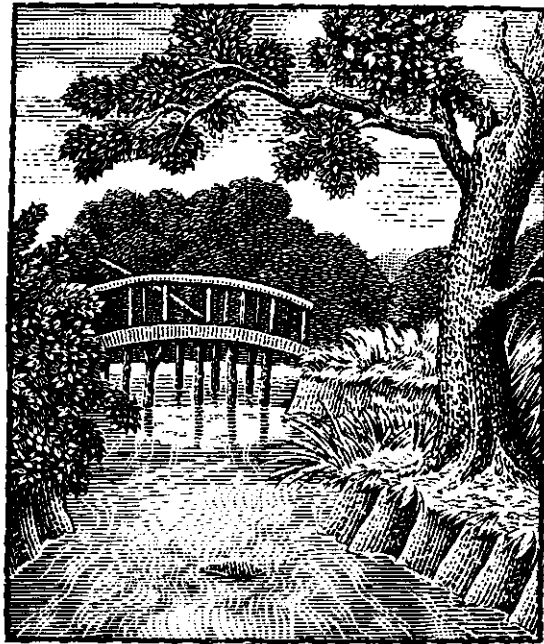
MENGETAHUI

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Periklanan

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si.)



WHAT ON EARTH AM I HERE FOR?

*A life devoted to things is a dead life, a stump;
a God-shaped life is a flourishing tree.*

Proverbs 11:28 (Msg)

*Blessed are those who trust in the Lord. . . .
They are like trees planted along a riverbank, with
roots that reach deep into the water. Such trees
are not bothered by the heat or worried by long
months of drought. Their leaves stay green,
and they go right on producing delicious fruit.*

Jeremiah 17:7–8 (NLT)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus atas segala berkat, pimpinan dan penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran CDMA Esia” ini dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1), dalam bidang Marketing Komunikasi dan Periklanan, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Seperti kata pepatah : “Tidak ada gading yang tidak retak” begitu halnya dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih jauh dari kesempurnaan baik dari susunan kata-katanya maupun dari pembahasannya. Hal ini dikarenakan oleh keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu segala dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini

Untuk itulah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu SM. Niken Restati, S.Sos, M.Si, sebagai Dosen pembimbing sekaligus, terima kasih buat bimbingan dan masukan yang diberikan kepada penulis ini dengan baik.
2. Seluruh staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana buat segala pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan selama ini.
3. Semua staff Pegawai di bagian perpustakaan Universitas Mercu Buana, yang sangat membantu penulis dalam mencari data kepustakaan.
4. Ibu Nadia Mars, selaku VP Corporate Communication, PT. Bakrie Telecom, yang telah membantu penulis memberikan waktu dan tenaganya dalam memberikan informasi dan data-data yang diperlukan penulis dalam skripsi ini.

5. Bapak Charles Sitorus, selaku VP Sales & Retail, PT. Bakrie Telecom, yang telah meluangkan waktu berharganya dalam membantu penulis memberikan informasi yang diperlukan.
6. Ibu Farida, selaku Marketing Manager PT. Bakrie Telecom, yang telah memberikan waktunya dalam menjelaskan dan memberikan informasi yang sangat penting yang dibutuhkan oleh penulis
7. Ayah, Mama yang selalu mendukung penulis dengan doa, semangat, serta nasehat-nasehat, kata-kata kekuatan dan *inspiring* agar penulis lebih terpacu lagi dalam menyelesaikan skripsinya. "Love u so much."
8. My lovely Brother and Sister, Youlie, dan Youla, yang selalu memberikan semangat, bantuan pemikiran khususnya dalam penulis menyelesaikan presentasinya, dan pengetahuannya masing-masing dalam mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Vera, sahabatku terkasih yang telah meminjamkan Laptopnya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi secepatnya...makasih vera...." *Thanks for being such a great friend, bless you*". Yopie, "*many thanks for your consideration and support.*"
10. Hardi Paksi, sahabatku yang sangat baik yang selalu membantu penulis dalam mencari data-data, mencarikan data visual, foto-foto yang berkaitan dengan Skripsi yang di tulis penulis di PT. Bakrie Telecom.
11. Tanteku Ivonee Liliy, yang telah meminjamkan printernya untuk penulis
12. Bpk. Supriyanto bagian security Wisma Bakrie, yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis memperkenalkan kepada Ibu Nadia Mars, dan Ibu Farida Kencana

13. Rekan-rekan angkatan IV (Helvy, Mbak Ani, Sisca, Elin, Icha, Irwan, Eva, Ike, Eros, Rini, Polas dan yang lainnya) jurusan Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana, yang saling mengingatkan memberi semangat.

Kepada semua pihak yang telah membantu penulis, yang belum sempat disebutkan, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala bantuannya. Akhir kata, penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan kepada semua mahasiswa Universitas Mercu Buana khususnya Fakultas Komunikasi dalam meningkatkan pengetahuannya mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran serta dapat membantu PT. Bakrie Telecom dalam mengembangkan Strategi Komunikasi Pemasaran di masa yang akan datang.

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Abstraksi.....	vi
Daftar Isi	v
Daftar Gambar.....	viii
Datar Tabel.....	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Signifikansi Akademis	7
1.4.2 Signifikansi Praktis	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	8
2.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran sebagai proses komunikasi	10
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	12
2.3 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.3.1 Key Faktor Analysis	16
2.3.2 Research & Evaluation	18
2.3.3 Promotion Objecties	19

2.3.4 Segmentasi, Targetting, Positioning	22
2.3.5 Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran	27
2.4 Definisi Konsep	
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Sifat Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Penentuan Nara Sumber	43
3.5 Fokus Penelitian.....	44
3.6 Teknik Analisa Data.....	45
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran umum perusahaan.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	46
4.1.2 Visi dan Misi serta Kebijakan Perusahaan.....	47
4.1.3 Teknologi yang dipergunakan.....	47
4.1.3.1 Pengertian CDMA.....	48
4.1.3.2 Keunggulan CDMA.....	49
4.1.4 Jenis produk dan layanan perusahaan.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Key Factor Analysis (Analisa SWOT)	52
4.2.2 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	59
4.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	60
4.2.4 Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran.....	67

4.2.5 Menetapkan Total Anggaran Promosi.....	79
4.2.6 Pelaksanaan Evaluasi.....	79
4.3 Pembahasan.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA	x
-----------------------------	----------

DARFTAR LAMPIRAN DAFTAR PUSTAKA	xii
--	------------



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 An Interactive Marketing Communication Model.....	11
Gambar 2.2 System of Marketing Communication.....	14
Gambar 2.3 Stream of Promotion Objectives.....	21
Gambar 4.1 Jaringan CDMA Network.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Tabel Promosi Penjualan.....	31
Tabel 2.5 Kekuatan dan Kelemahan Teknik-teknik Komunikasi Pemasaran.....	37
Tabel 4.2 Perbandingan Talktime Esia.....	55
Tabel 4.3 Jumlah Pelanggan Esia (2004-2006).....	66
Tabel 4.4 Net Revenue PT> Bakrie Telecom (2004-2006).....	67

