

ABSTRAK

Nama : Nurul Fadzar Sukarni
NIM : 0430312-011
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul : “Strategi Marketing Communication PT Indosat Dalam Memasarkan Kartu Seluler IM3”
Jumlah Isi/Bibliografi : 76 Halaman / 22 buku
Pembimbing : Dra. Endah Muwarni, Msi

Banyaknya produk kartu seluler yang memiliki berbagai segmen dan karakteristik produk yang sama membuat masyarakat dihadapkan dengan banyak pilihan produk seluler. Setiap perusahaan seluler terus berlomba-lomba menarik perhatian para konsumennya agar mau menggunakan produknya.

Kegiatan pemasaran dilandasi oleh proses komunikasi dengan bentuk negosiasi. Keduanya tidak dapat terpisahkan karena saling berkaitan. Perubahan situasi pasar terus mendorong perusahaan melakukan strategi untuk memenangkan persaingan. Strategi marketing communication dalam mencapai pemasaran produk sangat penting sebagai salah satu upaya untuk mencapai target pemasaran yang telah ditentukan. Hal yang harus diperhatikan dalam strategi marketing communication adalah dengan adanya unsur-unsur komunikasi pemasaran dan sistem komunikasi pemasaran. Sebagai landasan dari penelitian ini digunakan teori sistem marketing communication dari Criss Fill, yaitu di dalam sistem komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing communication PT Indosat dalam memasarkan kartu seluler IM3. Strategi komunikasi pemasarannya dapat dilihat berdasarkan analisa SWOT dengan beberapa indikatornya, yaitu *Key Factor Analysis*, Tujuan Pemasaran, *Positioning*, Pelaksanaan komunikasi pemasaran dan anggaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran PT Indosat untuk kartu seluler IM3 ditujukan untuk kalangan muda yang dinamis dan menginginkan teknologi yang tinggi. Secara teknologi kartu seluler IM3 lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Pelaksanaan strategi marketing communication IM3 mengacu pada segmen konsumen, kreatifitas, penggunaan media dan penjadwalan.

IM3 telah banyak melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produknya. Sehingga diperlukan adanya kreatifitas yang lebih lagi untuk terus mengejar ketertinggalan pemasaran produknya.