



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT YELOOO INTEGRA  
DATANET TBK DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN  
MENGGUNAKAN PASSPOD WI-FI TAHUN 2019**

(Studi Kasus Pada Passpod *Wi-Fi*)

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

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

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:

**AGUNG KUSUMA WARDANA**

44316110016

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**



Universitas Mercubuana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Agung Kusuma Wardana  
44316110016

Strategi komunikasi pemasaran PT Yeloo Integra Datanet Tbk Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Menggunakan Passpod Wi-Fi Tahun 2019

## ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran perlu dilakukan untuk menarik minat khalayak dengan produk yang akan dibuat. Dalam penelitian ini peneliti meneliti strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Passpod Wi-Fi dalam menarik minat pelanggan. Passpod Wi-Fi merupakan salah satu jenis layanan yang menyediakan konektivitas di berbagai negara. Passpod Wi-Fi berada dibawah naungan PT. Yeloo Integra Datanet Tbk.

Dalam penelitian ini meneliti strategi komunikasi pemasaran yang menggunakan berbagai bentuk bauran komunikasi pemasaran dalam implementasinya yang ditentukan berdasarkan segmentasi, *targeting, positioning* (STP) dan SWOT yang dimiliki Passpod Wi-Fi.

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dan observasi non partisipan. Data sekunder dari penelitian ini yaitu dari studi kepustakaan, dokumen dan arsip yang bersumber dari buku-buku yang relevan dengan topik penelitian.

Disimpulkan dalam penelitian ini, komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh PT. Yeloo Integra Datanet Tbk terhadap Passpod Wi-Fi ini mengintegrasikan kegiatan komunikasi pemasaran dengan menjadikan *Interactive Marketing* dan *Word of Mouth* melalui media baru sebagai *tools* utama, didukung dengan berbagai *tools* lainnya seperti periklanan, promosi penjualan, *public relation*, *personal selling*, *event & experience*, *direct marketing* dan *personal selling*.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, IMC, STP, SWOT, *Portable Wi-Fi*, Passpod Wi-Fi



*Mercubuana University  
Faculty of Communication  
Program Study Advertising & Marketing Communication  
Agung Kusuma Wardana  
44316110016*

*PT Yeloo Integra Datanet Tbk's Marketing Communication Strategy in Increasing Customer Interest Using Passpod Wi-Fi in 2019*

## **ABSTRACT**

*Marketing communication strategy needs to be done to attract the audience's interest with the product to be made. In this study, researchers examined marketing communication strategies carried out by Passpod Wi-Fi in attracting customer interest. Passpod Wi-Fi is a type of service that provides connectivity in various countries. Passpod Wi-Fi is under the auspices of PT. Yeloo Integra Datanet Tbk.*

*In this study examines marketing communication strategies that use various forms of marketing communication mix in their implementation that are determined based on segmentation, targeting, positioning (STP) and SWOT owned by Passpod Wi-Fi.*

*This study uses a constructivist research paradigm with a qualitative approach, with qualitative descriptive research methods. Data collection techniques are done using two data sources, namely primary and secondary data. Primary data in this study are semi-structured interviews and non-participant observation. Secondary data from this research is from literature studies, documents and archives sourced from books that are relevant to the research topic.*

*It was concluded in this study, integrated marketing communication conducted by PT. Yeloo Integra Datanet Tbk for this Wi-Fi Passpod integrates marketing communication activities by making Interactive Marketing and Word of Mouth through new media the main tools, supported by various other tools such as advertising, sales promotion, public relations, personal selling, events & experience, direct marketing and personal selling.*

*Keywords : Marketing Communication, IMC, STP, SWOT, Portable Wi-Fi, Passpod Wi-Fi*



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agung Kusuma Wardana  
Nim : 44316110016  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Pemasaran PT Yelooo Integra Datanet Tbk  
Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Menggunakan Passpod  
Wi-Fi Tahun 2019**

Dengan ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana ilmu komunikasi pada fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau peneliti yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 25 Juli 2020

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



Agung Kusuma Wardana

Mengetahui,

**Pembimbing**

(Berliani Ardha, S. E., M.Si)

**Ketua Bidang Studi  
Advertising & Marketing Communication**

(Yuni Tresnawati, M. Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Yelooo Integra Datanet Tbk  
Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Menggunakan Passpod *Wi-Fi*  
Tahun 2019

Nama : AGUNG KUSUMA WARDANA

NIM : 44316110016

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS  
Jakarta, Juli 2020  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,  
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Berliani Ardha" followed by the date "juli 2020".

(Berliani Ardha, S. E., M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran PT Yelooo Integra Datanet Tbk  
Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Menggunakan Passpod  
Wi-Fi Tahun 2019**

Nama : AGUNG KUSUMA WARDANA

NIM : 44316110016

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 25 Juli 2020

Ketua Sidang,  
**Yuni Tresnawati, M.IKom**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Yuni Tresnawati".

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Pengaji Ahli  
**Engga PE, MA**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Engga PE, MA".

Pembimbing

**Berliani Ardha, SE., M.Si.**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Berliani Ardha, SE., M.Si.". Below the signature, there is a blue ink annotation that appears to read "25 JULI 2020".



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran PT Yelooo Integra Datanet Tbk  
Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Menggunakan Passpod  
Wi-Fi Tahun 2019**

Nama : AGUNG KUSUMA WARDANA

NIM : 44316110016

Fakultas : Ilmu Komunikasi

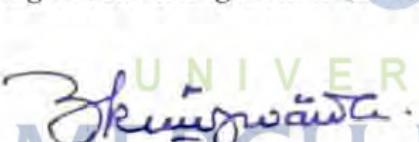
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, Juli 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi  
Advertising & Marketing Communication

Pembimbing

**YUNI TRESNAWATI**  
**Berliani Ardha, S. E., M.Si**  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
(Yuni Tresnawati, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyo, M.Comm. Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M. Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Yelooo Integra Datanet Tbk Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Menggunakan Passpod Wi-Fi Tahun 2019”**.

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising*, Universitas Mercu Buana Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Berliani Ardha, SE, M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang selalu semangat dan sabar membimbing peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom. selaku ketua bidang studi Marketing Communication & Advertising yang telah memberi motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku Sekretaris bidang studi Marketing Communication & Advertising.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku ketua program studi Komunikasi.
5. Bapak Ponco Budi Sulistyo, M.Comm. Ph.D Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Abdul Rahman, HI, M.Si Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Orang tua peneliti, Bapak Jejen Jaenudin dan Ibu Yeti Rubiati, dan adik peneliti, Dara Aulia Rahma yang telah mendampingi, memberikan doa, restu, dan moril dalam penggerjaan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staff Prodi *Marketing Communication and Advertising*, khususnya Alm. Bapak Sam yang telah membantu administrasi peneliti selama

- masa kuliah.
9. Bapak Herdi Widiantoro selaku pimpinan di perusahaan tempat peneliti bekerja yang selalu memberikan dukungan moril, dan do'a untuk menyelesaikan skripsi ini.
  10. Seluruh narasumber PT Yelooo Integra, Asri Agustin dan Tasya Aulia yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi selama penggerjaan penelitian ini.
  11. Antonius Wijaya, yang senantiasa memberikan semangat, dukungan moril, dan do'a untuk menyelesaikan skripsi ini.
  12. Untuk para sahabat, Nurizka Tresna, Anis Khaerunisa, Dhea Safira, Raynaldi Suryokusumo, Dwiki Sauma Nugraha, Muchammad Hatta Zakaria yang selalu memberikan semangat dan berjuang bersama di masa kuliah.
  13. Radhiyatul Mardhiah teman satu perjuangan yang telah berjuang bersama dalam menyusun skripsi.
  14. Seluruh pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini.

Oleh sebab itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini agar menjadi lebih baik lagi. Besar harapan agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti, segenap sivitas akademik Universitas Mercu Buana, dan masyarakat luas.

Jakarta, 25 Juli 2020

Agung Kusuma Wardana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1. Manfaat Akademis / Teoritis .....	6
1.4.2. Manfaat Praktis .....	7
1.4.3. Manfaat Sosial .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.1.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Brownies Aamanda Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (2017) .....	8
2.1.2. Strategi Komunikasi Pemasaran Browcyl (Brownis Pisang Khas Makassar) dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Kota Makassar....	9

2.1.3. Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Putra Utama Sentosa Dalam Memasarkan Perumahan Telukan Grogol Sukoharjo .....	10
2.1.4. Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Silent Studio Medan Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan.....	11
2.1.5. Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Tirta Sinongko Oleh Pemerintah Desa Pokak, Ceper Dalam Menarik Wisatawan.....	12
2.2. Kajian Teoritis .....	17
2.2.1. Strategi.....	17
2.2.2. Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.3. Komunikasi Pemasaran terpadu .....	21
2.2.4. <i>Segmenting Targeting Positioning</i> .....	27
2.2.5. Analisis SWOT ( <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i> ).....	31
2.2.6. Bauran Pemasaran Jasa .....	32
2.2.7. Bauran Promosi .....	35
2.2.8. Media Baru Dalam Komunikasi Pemasaran .....	42
2.2.9. Perilaku Konsumen .....	43
2.2.10. Minat Pembelian.....	46
2.2.11. Mifi (Mobile Wi-Fi) .....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	51
3.2. Metode Penelitian .....	52
3.3. Subjek Penelitian.....	53
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1. Data Primer.....	56
3.4.2. Data Sekunder .....	57
3.5. Teknik Analisis Data.....	58
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62

4.1.1.	Sejarah Perusahaan PT. Yeloo Integra Datanet Tbk .....	62
4.1.2.	Visi & Misi PT. Yeloo Integra Datanet Tbk .....	63
4.2.	Hasil Penelitian .....	68
4.2.1.	<i>Segmenting Targeting Positioning (STP)</i> .....	68
4.2.2.	Analisis SWOT .....	70
4.2.3.	Bauran Pemasaran Jasa .....	74
4.2.4.	Bauran Promosi.....	81
4.2.5.	Media Baru Dalam Komunikasi Pemasaran Passpod.....	94
4.2.6.	Hasil Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu & Dampaknya pada Minat Pelanggan .....	101
4.2.7.	Evaluasi Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Passpod .....	105
4.3.	Pembahasan.....	106
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN</b>	.....	<b>113</b>
5.1.	Kesimpulan .....	113
5.2.	Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>121</b>
I.	Pedoman Wawancara.....	121
II.	Transkrip Wawancara .....	126
III.	Surat Izin Penelitian.....	158
IV.	Daftar Riwayat Hidup .....	159

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Pengguna Pengguna Passpod Wi-Fi.....	4
Tabel 2.1 Daftar Penulis Terdahulu dengan Peneletian yang Dilakukan.....	14
Tabel 2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	26
Tabel 3.1 Daftar Narasumber.....	54
Tabel 4.1 Skema Perhitungan Biaya Rental Passpod <i>Wi-Fi</i> .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Konsep AISAS</i> .....	44
Gambar 3.1: Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman.....	60
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Passpod.....	64
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Digital Marketing & Sales Passpod.....	65
Gambar 4.3 <i>Operational &amp; Customer Service Team</i> Passpod.....	76
Gambar 4.4 Tampilan Page Pemesanan di <i>Website</i> .....	78
Gambar 4.5 Tampilan Page Pemesanan di Aplikasi.....	78
Gambar 4.7 Perangkat Passpod.....	80
Gambar 4.8 Counter Layanan Passpod di Kantor.....	80
Gambar 4.9 Counter Layanan Passpod di Bandara Soekarno Hatta.....	81
Gambar 4.10 Iklan Passpod Melalui Google Ads SEM.....	82
Gambar 4.11 Iklan Passpod Melalui Google Display Networks.....	82
Gambar 4.12 Promosi RP.1,- Passpod Wi-Fi.....	83
Gambar 4.13 Promo Potongan Harga SANTUY.....	84
Gambar 4.14 Promo Flash Sale D'Samber Diskon 12.12.....	84
Gambar 4.15 Promo Bundling Tiket Pesawat dengan Tiket.com.....	85
Gambar 4.16 Open Booth Passpod Pada Event Travel Fair.....	86
Gambar 4.17 <i>Publicity</i> Passpod di DailySocial.id.....	87
Gambar 4.18 <i>Publicity</i> Passpod di techinasia.....	88
Gambar 4.19 <i>Publicity</i> Passpod di market.bisnis.com.....	88
Gambar 4.20 Kegiatan CSR Passpod di <i>Lovely Hands School</i> .....	89
Gambar 4.21 Email Marketing Passpod.....	90
Gambar 4.22 Review Passpod Oleh <i>Influencer &amp; Buzzer</i> Melalui IG Stories.....	91
Gambar 4.23 Review Passpod Oleh <i>Influencer &amp; Buzzer</i> Melalui IG Feed.....	92
Gambar 4.24 Booth Passpod di Bandara Soekarno Hatta.....	93
Gambar 4.25 <i>Landing Page</i> Khusus Program Promosi Passpod.....	94
Gambar 4.26 Pencarian Kata Kunci Passpod Wifi Pada <i>Google Search</i> .....	96
Gambar 4.27 <i>Website</i> Passpod .....	97
Gambar 4.28 Aplikasi <i>Mobile</i> Passpod .....	98

Gambar 4.29 Facebook Page Passpod Indonesia .....	99
Gambar 4.30 Twitter Passpod Indonesia.....	100
Gambar 4.31 Instagram Passpod Indonesia .....	100
Gambar 4.32 Promosi Maret Manis melalui Instagram .....	102

