

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Reza Afriansyah
44312120144

Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Selular Indosat Mentari 3 GB dalam Persaingan Kartu Selular Khusus Internet (Studi Kasus PT Indosat Sales Area Bogor)

Jumlah Halaman : xi + 87 halaman + 16 Lampiran

Bibliografi : 19 Buku, 2 Website (2000-2013)

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran merupakan proses yang dilakukan suatu perusahaan untuk merencanakan hal-hal yang akan ditetapkan sebagai acuan perusahaan dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam implementasinya, kegiatan komunikasi pemasaran dilakukan untuk mengkomunikasikan produk yang dimiliki perusahaan agar dapat dikenali oleh target pasarnya dan dapat bersaing dengan produk kompetitor.

Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan teori yang digunakan peneliti dengan praktek dilapangan yang akan dilakukan PT Indosat Sales Area Bogor pada produk kartu selular Indosat Mentari 3 GB. Teori yang digunakan yaitu teori bauran komunikasi pemasaran menurut Philip Kotler. Dalam penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Penggunaan metode penelitian yaitu studi kasus dimana pada penelitian ini proses pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi, dan beberapa hasil dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dapat berperan dalam menghadapi kompetisi pasar. Dimulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, hingga pada tahap evaluasi strategi komunikasi pemasaran yang merupakan gambaran yang telah dilakukan oleh PT Indosat Sales Area Bogor.

Kegiatan komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan PT Indosat Sales Area Bogor untuk produk kartu selular Indosat Mentari 3 GB diantaranya, Periklanan, Promosi Penjualan, Acara dan Pengalaman, Pemasaran dari mulut ke mulut, Penjualan Personal.

Kata Kunci: komunikasi Pemasaran, Strategi, Persaingan, Selular