

STRATEGI PROMOTION PT. DIRECT VISION
Studi Deskriptif Strategi Promotion PT. Direct Vision Dalam Upaya
Meningkatkan Jumlah Pelanggan TV Berlangganan Astro

STRATEGY PROMOTION OF PT. DIRECT VISION
The Deskriptive Study of Promotion Strategy PT. Direct Vision to Increase
Number New Subscriber of Astro Pay TV

SKRIPSI

Disusun Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana S-1



Disusun Oleh :
Rory Hamdari
(20040530035)

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

STRATEGI PROMOTION PT. DIRECT VISION
Studi Deskriptif Strategi Promotion PT. Direct Vision Dalam Upaya
Meningkatkan Jumlah Pelanggan TV Berlangganan Astro

STRATEGY PROMOTION OF PT. DIRECT VISION
The Deskriptive Study of Promotion Strategy PT. Direct Vision to Increase
Number New Subscriber of Astro Pay TV

SKRIPSI

Disusun Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana S-1



Disusun Oleh :
Rory Hamdari
(20040530035)

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI

Telah Dipertahankan dan Disahkan Di Depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari/Tanggal : Senin, 5 Mei 2008
Tempat : Laboratorium Jurusan Ilmu Komunikasi UMY

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua Penguji


Tri Hastuti N.R./ S.Sos, M.Si

Penguji I


Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si

Penguji II


Krisna Mulawarman, S.Sos

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)


Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MOTTO

- Kesuksesan hanya dapat diraih dengan kerja keras dan berdoa.
- Manfaatkan hidup dengan belajar, bekerja, beramal, dan beribadah sebaik-baiknya.
- Kesombongan hanya akan menghancurkan diri sendiri.
- Barang siapa yang menanam kebaikan maka akan berbuah kebaikan dan barang siapa yang menanam keburukan maka akan berbuah keburukan.
- Sedekah akan membawa manusia menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.
- Hormati orang lain seperti kita menghormati diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kesempatan yang masih diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak terkecuali shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kemudahan dan fasilitas yang ada.

1. Bapak Dr. H. Khoiruddin Bashori, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Tulus Warsito selaku Dekan Fisipol.
3. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Tri Hastuti NR, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan selama proses penulisan skripsi sehingga memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si dan Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos selaku Dosen Penguji skripsi.

6. Mas Jono, selaku staf TU Jurusan Komunikasi yang telah banyak membantu saya.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Bapak Halim Mahfudz, Regional Sales Manager Astro, Greater Jakarta.
9. Mbak Yuanita Astara, Area Executive, Corporate Sales Astro Jakarta.
10. Bapak Elly Agus Mulia, Area Executive, Technical Astro Jakarta.
11. Bapak Ade Irwansyah, Area Executive, Direct Sales Astro Jakarta.
12. Bapak Hapis Sulaiman, Area Executive, Retail Sales Astro Jakarta.
13. Bapak Danang Priambodo
14. Saudara, sahabat, dan pendampingku Dewi Kurniasari.
15. Semua teman-temanku yang telah memberikan saran-saran yang bermanfaat.

Sebagai manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan, penulis minta maaf yang sebesar-besarnya jika dalam skripsi ini masih banyak kekurangan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 5 Mei 2008

Penulis
(Rory Hamdari)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LOGO.....	xiii
DAFTAR FOTO	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. PERUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN PENELITIAN	11
D. MANFAAT PENELITIAN	11
E. KERANGKA TEORI	12
1. Strategi.....	12
2. Pemasaran.....	13
3. Konsep-konsep Bauran Pemasaran	17
4. Segmentation, Targetting, Positioning (STP).....	21
5. Komunikasi Pemasaran	25
6. Langkah-langkah Komunikasi Pemasaran	30
7. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	34

F. METODOLOGI PENELITIAN	51
1. Jenis Penelitian	51
2. Lokasi Penelitian	51
3. Sumber Data	51
4. Teknik Pengumpulan Data	52
5. Teknik Analisis Data	54

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. COMPANY PROFILE	58
1. Sejarah Perusahaan.....	58
2. Lokasi Perusahaan.....	59
3. Logo dan Motto Perusahaan.....	59
4. Struktur Organisasi.....	60
5. Astro i-center	61
6. Astro Contact Center	63
7. Astro Asih.....	64
B. PRODUCT PROFILE	65
1. Astro	65
2. Product Astro.....	65
3. Saluran Lokal Milik Astro.....	68
4. Saluran Pendidikan Astro	69
5. Saluran Olah Raga Astro	70
6. Saluran Berbahasa Cina Astro	70
7. Saluran India Astro.....	72
C. PAKET ASTRO DAN HARGA	72
1. Paket Citta	72
2. Paket Tambahan	73
3. Harga Paket	73
D. KEUNGGULAN ASTRO	74

1. Electronic Program Guide (EPG).....	74
2. Parental Lock.....	74
3. Lokalisasi Bahasa	75
4. Kualitas gambar.....	76
E. PEMBAYARAN IURAN BERLANGGANAN	76
F. DIGITAL MULTI MEDIA SYSTEM.....	77

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN.....	79
1. Strategi Promosi Astro	79
a. Analisis Situasi.....	80
b. Segmentation	86
c. Targetting.....	87
d. Positioning	89
2. Alat Promosi Yang Digunakan Astro.....	90
a. Periklanan (Advertising).....	90
b. Penjualan Pesonal (Personal Selling)	96
c. Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	97
d. Hubungan Masyarakat (Public Relations)	99
e. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	100
f. Promo on-air.....	101
g. Promo off-air.....	101
h. Word of mouth.....	102
i. Penulisan Pesan atau Copy Iklan.....	102
j. Motivasi dan penyeliaan tenaga penjualan	103
3. Faktor Pendukung dan Penghambat	104
B. PEMBAHASAN	107
1. Pembahasan Analisis Situasi	109

3. Pembahasan Alat-alat Promosi yang Digunakan Astro.....	117
a. Pembahasan Periklanan (Advertising).....	117
b. Pembahasan Penjualan Pesonal (Personal Selling)	121
c. Pembahasan Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	122
d. Pembahasan Hubungan Masyarakat (Public Relations)	123
e. Pembahasan Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	124
f. Pembahasan Promo on-air dan Promo off-air	125
g. Pembahasan Word of mouth.....	126
h. Pembahasan Penulisan Pesan atau Copy Iklan	127
i. Pembahasan Motivasi dan Penyeliaan Tenaga Penjualan	128
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	130
A. KESIMPULAN.....	130
D. SARAN	133

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Saluaran Olah Raga.....	70
Tabel 2.2 Harga Paket	73
Tabel 2.3 Digital Multi-Media System (DMS).....	77
Tabel 3.1 Tabel pembanding keunggulan Astro	86
Tabel 3.2 Profil Pelanggan Astro Basis Demografis Sosio-Ekonomi.....	87
Tabel 3.3 Targetting Pemasaran Astro.....	88
Tabel 3.4 Profil Kategori Media Utama (Above the line) Astro.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	26
Gambar 1.2 Tujuan Komunikasi, Respon Khalayak dan Proses Komunikasi	30
Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	60
Gambar 2.2 Contoh Gambar	76
Gambar 2.3 Contoh Gambar	76
Gambar 2.4 Digital Multi-Media System (DMS)	77
Gambar 2.5 Smart Card.....	78
Gambar 2.6 Remote Control	78

DAFTAR LOGO

Logo 2.1 Astro	59
Logo 2.2 Astro Aruna	68
Logo 2.3 Astro Kirana.....	68
Logo 2.4 Astro Ceria.....	68
Logo 2.5 Astro Xpresi.....	68
Logo 2.6 Astro Awani.....	69
Logo 2.7 Astro TVIQ.....	69
Logo 2.8 Astro Wah Lai Toi	70
Logo 2.9 Astro Shuang Xing	71
Logo 2.10 WaTV	71
Logo 2.11 ZEE.....	72