

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Kosentrasi Public Relations
Everyandani Sri Rejeki
Strategi *Positioning* Kartu Pascabayar Xplor Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Tahun Skripsi : 2008.xvi + 140 hal + 32 hal lampiran + 2 tabel
Daftar Kepustakaan : 17 buku + 2 sumber lain + 9 sumber online + 4 harian surat kabar (1988-2007)

Studi ini berusaha menganalisis strategi *positioning* kartu pascabayar Xplor dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dari khalayak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *positioning* apa yang telah dilakukan oleh Xplor dalam meningkatkan *brand awareness* masyarakat. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa *positioning* merupakan strategi komunikasi yang dilakukan *marketer* untuk membuat citra produk dan hal-hal yang ingin ditawarkan kepada pasarnya berhasil memperoleh posisi yang jelas dan mengandung arti dalam benak sasaran konsumennya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kualitatif bertipe studi kasus. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi *positioning* yang dilakukan Xplor dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dikatakan berhasil karena data yang diperoleh peneliti menunjukkan jumlah pelanggan yang naik sekitar 250%, pada kuartal (tahun) kedua 2006. Keberhasilan Xplor dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dari khalayak juga tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukung terlaksananya strategi *positioning* dengan pemanfaatan variable pemasaran (*marketing mix*) dan komunikasi, diantaranya dengan melakukan kegiatan *advertising*, *sponsorship*, *sampling*, dan *official partner* dengan beberapa perusahaan.

ABSTRACTION

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
Social and Political Science Faculty
Departmental of Communications Science
Concentration of Public Relations
Everyandani Sri Rejeki**

The Strategic of Positioning Postpaid Card Xplor in Increasing Awareness of Brand.

Year Skripsi : 2008.xvi + 140 yard + 32 the enclosure + 2 tables

Enlist Bibliography : 17 book + 2 other source + 9 online source + 4 is daily of newspaper (1988-2007)

This study try to analyze strategy positioning postpaid card Xplor in increasing awareness of brand from audience. Intention of this research is to know strategy positioning what have been done by Xplor in increasing awareness of brand from public. Framework of theory in this research see that positioning is, done by communication strategy marketer for making product image and things wishing to the market is successfully obtain get meaningful and clear position in the consumer target marrow. Research method which applied in this research is descriptive qualitative case study type. Research result show that strategy positioning which done by Xplor to increasing awareness of brand is succeed by obtained because data is researcher show amount of customer which increase about 250%, at quarter of (second years) 2006. Efficacy of Xplor in increasing awareness of brand from audience nor quit of is indicators supporting of executing strategy positioning with exploiting of marketing variables (marketing mix) and communications, between by doing activity of advertising, sponsorship, sampling, and official partner with a few company.