

ABTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu komunikasi

Konsentrasi Public Relation

Arief Desiyanto Nugoroho

Strategi Promosi IndosatM2 Yogyakarta

(Study deskriptif strategi promosi PT. INDOSAT MEGA MEDIA (IM2) Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pelanggan)

Tahun skripsi: 2008.vii + 170 Halaman + 6 Halaman Lampiran + 1 Halaman Tabel + 1 Halaman Gambar

Daftar kepustakaan : 18 buku + 2 Sumber internet.

Studi ini berusaha mendeskripsikan pelaksanaan kegiatan strategi promosi yang dilakukan oleh IndosatM2 Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara detail tentang strategi promosi yang dilakukan oleh IndosatM2 Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi promosi yang dijalankan Indosat Mega Media (IM2) Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang strategi, promosi, strategi promosi dan konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu sebuah metode penelitian yang mendeskripsikan seperangkat peristiwa atau kondisi populasi saat itu secara akurat dan rinci. Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor pusat regional DIY PT. INDOSAT Jl. Anggajaya III No.333 Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta 55283. Informan dalam penelitian ini adalah Bpk. Wahyu Hidayat Nasution selaku Group Head Manager marketing IndosatM2 Yogyakarta, Sdri. Cintya selaku koordinator departemen *Eventsponsorship* dan *sponsorship* IndosatM2 Yogyakarta, Sdr. Dhanu.JB selaku koordinator department *below the line* IndosatM2 Yogyakarta, Sdri. Tanty Luciandary selaku coordinator department *above the line* IndosatM2 Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari teknik wawancara, study pustaka dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh IndosatM2 Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pelanggan dengan strategi bauran promosi (promotion mix) yang meliputi bauran periklanan, bauran promosi penjualan, bauran hubungan masyarakat, bauran penjualan pribadi dan bauran pemasaran pemasaran langsung. Secara umum, strategi promosi yang dilakukan oleh IndosatM2 Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pelanggan masih kurang maksimal dikarenakan kurang

ABSTRACT

Yogyakarta University of Muhammadiyah

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Science

Majors of Public Relation

Arief Desiyanto Nugroho

Promotion Strategy of IndosatM2 Yogyakarta

(Descriptive study on Promotional Strategy of PT INDOSAT MEGAMEDIA (IM2) Yogyakarta in Increasing Customers)

Theses Year: 2008. viii + 170 pages + 6 appendix pages + 1 table page + 1 page of picture

Bibliography: 18 books + 2 internet sources

This study was describing implementation of promotional strategy performed by IndosatM2 of Yogyakarta in increasing customers. Objective of this study is describing in detail about promotional strategy performed by IndosatM2 Yogyakarta in increasing customers. Problem formulation for this study was what is promotional strategy implemented by Indosat Mega Media (IM2) Yogyakarta in increasing customer. Theoretical frame used in this study were theories about strategy, promotion, promotional strategy, and costumer. Research method used for this study was qualitative, that is, a method that describing a set of events or conditions of population during a period in accurate and detail fashion. This study was located in PT Indosat regional head office of Yogyakarta Special Province, in Jl. Anggajaya III No. 333, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283. The informant for this study was Mr. Wahyu Hidayat Nasution as Group Head Manager IndosatM2 Marketing of Yogyakarta, Ms. Cintya as department of event-sponsorship and sponsorship coordinator of IM2 Yogyakarta, Mr. Dhanu J.B. as coordinator of below the line department of IndosatM2 Yogyakarta, and Ms. Tanty Luciandary as coordinator of above the line IndosatM2 Yogyakarta. Data collecting technique used for this study was comprised of interview, literature study, and documentation. Findings of this study showed that promotional strategy performed by IndosatM2 Yogyakarta in increasing customer was by promotion mix strategy including advertising mix, sales promotional mix, public relation mix, personal selling mix, and direct selling mix. Generally, promotional strategy performed by IndosatM2 Yogyakarta in increasing customer was not in maximum capacity yet, for implementation of promotional strategy by IndosatM2 Yogyakarta in increasing customer in turn this decreases amount of customers.