



**JENIS STRATEGI PEMASARAN DI PT. INDOSAT, Tbk
CABANG JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Oleh
Zimy Attaufiqoh
NIM 070103101018

**PROGRAM DIPLOMA III BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER**

2010

RINGKASAN

Untuk memasarkan produk – produk perusahaan, PT. Indosat, Tbk Cabang Jember memerlukan beberapa strategi pemasaran secara baik dan terencana agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan visi dan misinya.

Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*) adalah salah satu divisi yang menangani pemasaran produk – produk Indosat. Oleh karena itu, divisi Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*) berusaha semaksimal mungkin untuk menarik pelanggan (*user*) baru dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan (*user*) lama pada PT. Indosat, Tbk Cabang Jember. Dengan adanya Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*), perusahaan akan lebih mudah dalam memberikan informasi yang akan disebar luaskan kepada masyarakat. Begitupun sebaliknya, masyarakat dapat dengan cepat mengetahui informasi yang dimiliki oleh PT. Indosat.

PT. Indosat, Tbk Cabang Jember dalam memasarkan produk – produknya mempunyai beberapa strategi yaitu melalui kegiatan yang dilakukan diluar ruangan atau OOH (*Out Of Home*), melalui media dan melalui kegiatan berskala besar (*Grand Actifation*). Ketiga jenis strategi pemasaran tersebut mempunyai kelebihan dan kelemahan masing – masing. Namun, jenis – jenis strategi pemasaran tersebut saling mengisi dan menyempurnakan.

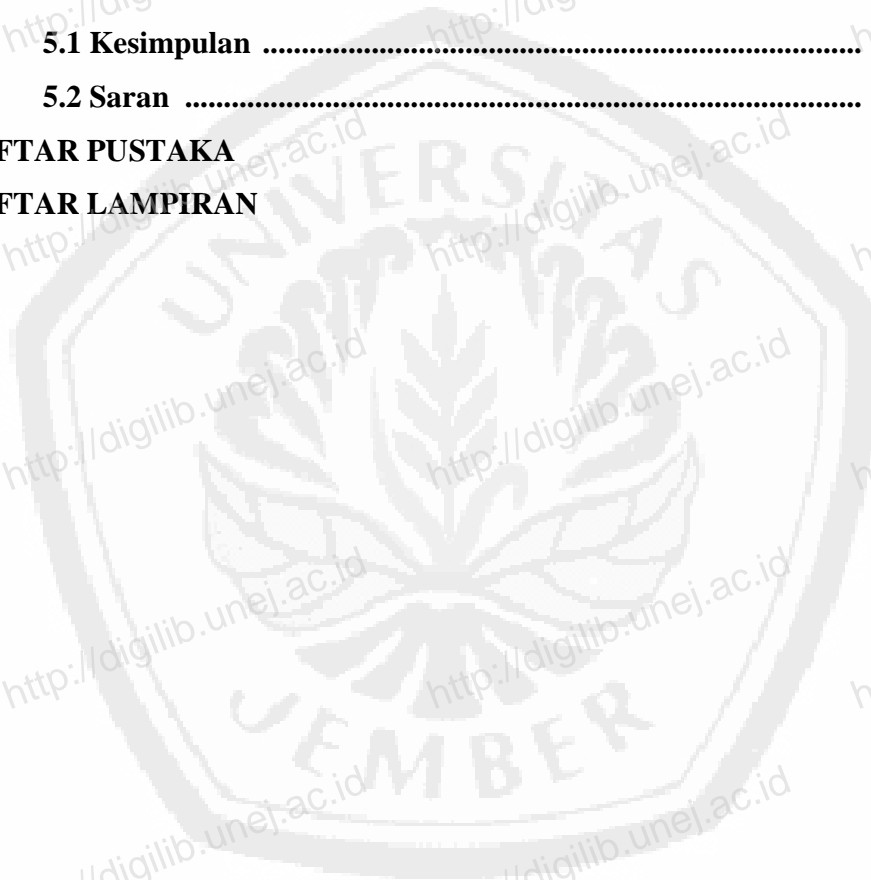
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata	3
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata	3
1.2.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3 Prosedur Praktek Kerja Nyata	3
1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	4
1.4.1 Tempat Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	4
1.4.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Pemasaran	5
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran Secara Umum	5
2.1.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran Menurut Beberapa Ahli	5
2.1.3 Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	6
2.1.4 Tujuan dan Respon Komunikasi	6
2.1.4.1 Tujuan Komunikasi	6
2.1.4.2 Respon Komunikasi	6
2.2 Strategi Pemasaran	7

2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	7
2.2.2 Hal-Hal yang Mempengaruhi Keberhasilan Strategi Pemasaran	7
2.2.3 Konsep yang Mendasari Strategi Pemasaran	10
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1 Sejarah Umum PT Indosat, Tbk Cabang Jember	13
3.2 Logo dan Arti Perusahaan	15
3.3 Visi dan Misi Perusahaan	16
3.4 Motto Indosat	16
3.5 Struktur Organisasi PT Indosat, Tbk Cabang Jember	17
3.6 Divisi dan Menejemen	18
3.7 Produk – Produk Indosat	22
3.7.1 Mentari	22
3.7.2 IM3	23
3.7.3 Matrix	24
3.7.4 Star One	25
3.7.5 IM2	25
3.8 Program – Program Unggulan PT Indosat	27
3.8.1 Meraih Mimpi Bersama IM3	27
3.8.2 Murah Itu IM3	28
3.8.3 Online Murah Meriah Dengan Indosat	29
3.8.4 Mentari Hebat Berlima	30
3.9 Daftar Tarif Produk – Produk Indosat	30
3.9.1 Mentari	30
3.9.2 IM3	31
3.9.3 Matrix	32
3.9.4 Star One	33
3.9.5 IM2	34
3.10 Program Indosat 3.5G	35

BAB IV HASIL PRAKTEK KERJA NYATA	37
4.1 Strategi Pemasaran Produk yang di Lakukan Oleh	
PT Indosat, Tbk Cabang Jember	37
4.1.1 Melalui Kegiatan yang di Lakukan di Luar Ruangan	
atau OOH (<i>Out Of Home</i>)	37
4.1.1.1 Penyebaran Brosur (<i>Flyer</i>)	37
4.1.1.2 Pemasangan Reklame	38
4.1.1.3 Pemasangan Spanduk (<i>Banner</i>)	39
4.1.2 Melalui Media	39
4.1.2.1 Televisi	39
4.1.2.2 Koran	40
4.1.2.3 Radio	40
4.1.3 Melalui Kegiatan Berskala Besar (<i>Grand Actifation</i>)	41
4.1.3.1 Sponsor atau Kerjasama (<i>Sponsorship</i>)	41
4.1.3.2 Bazar Murah (<i>Open Table</i>)	42
4.1.3.3 Nonton Bareng	42
4.1.3.4 Sosialisasi GPRS (<i>Socialize GPRS</i>)	43
4.1.3.5 Pos Mudik	44
4.2 Kelebihan dan Kelemahan dari Jenis Strategi Pemasaran	
Produk Indosat	45
4.2.1 Penyebaran Brosur, Pemasangan Reklame dan	
Spanduk sebagai Kegiatan yang di Lakukan di Luar	
Ruangan atau OOH (<i>Out Of Home</i>)	45
4.2.1.1 Kelebihan	45
4.2.1.2 Kelemahan	46
4.2.2 Media Televisi, Koran dan Radio	47
4.2.2.1 Kelebihan	47
4.2.2.2 Kelemahan	48
4.2.3 Sponsor atau Kerjasama (<i>Sponsorship</i>), Bazar Murah	

(Open Table), Nonton Bareng, Sosialisasi GPRS (<i>Socialize</i> GPRS) dan Pos Mudik sebagai Kegiatan Berskala Besar (<i>Grand Actifation</i>)	49
4.2.3.1 Kelebihan	49
4.2.3.2 Kelemahan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Saat ini kemajuan teknologi dan komunikasi berkembang dengan pesat. Mesin dan alat – alat canggih diprioritaskan dalam kehidupan sehari - hari yang perlu kita mempelajarinya dan menerapkannya di masyarakat untuk membantu meringankan setiap kegiatan yang kita lakukan. Hal ini terjadi disegala bidang, tidak terkecuali di bidang telekomunikasi, yang sangat erat hubungannya dengan kehidupan sehari- hari.

Zaman dahulu, kita menggunakan surat sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada teman atau saudara kita yang jauh. Hal ini sudah dianggap lamban dan tidak efektif. Di era modern seperti sekarang ini, kita membutuhkan alat yang cepat dan mudah untuk di operasikan. Seperti yang kita ketahui, kita mengenal telpon genggam (*Hand Phone*). Dengan alat tersebut, kita dapat berkomunikasi secara langsung kepada orang lain yang berada jauh. Tidak hanya itu, dengan telpon genggam (*Hand Phone*) kita juga dapat menikmati layanan *Short Message Service* (SMS) dan layanan *Multimedia Message Service* (MMS), tentu saja dengan tarif yang lebih murah. Masyarakat yang membutuhkan alat komunikasi yang cepat dengan biaya yang relatif murah, dapat menggunakan layanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia telekomunikasi, sehingga jarak jauh bukan lagi sebagai penghambat komunikasi.

Upaya pemberian pelayanan telekomunikasi yang telah dilakukan oleh PT. Indosat, Tbk Cabang Jember kepada masyarakat Jember dan sekitarnya cukup optimal dan memuaskan. Perkembangan alat telekomunikasi telah memunculkan beberapa perusahaan pengelola jasa telekomunikasi yaitu sebagai penyedia layanan-layanan dan fitur-fitur suatu alat komunikasi.

Sebagai salah satu perusahaan operator seluler yang bergerak dalam bidang telekomunikasi, PT. Indosat, Tbk Cabang Jember ikut serta berperan aktif dalam perkembangan teknologi tersebut. Terlebih lagi dengan adanya produk-produk