



**STRATEGI PROMOSI PT. INDOSAT MEGA MEDIA MELALUI
PRODUK “GIG BY INDOSAT FTTH (*FIBER TO THE HOME*)” DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN**

**(SURVEI WAWANCARA APARTEMEN KALIBATA CITY JAKARTA
SELATAN)**

SKRIPSI

WULAN RAMADHANNINGRUM

1210411118

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2016



**STRATEGI PROMOSI PT. INDOSAT MEGA MEDIA MELALUI
PRODUK “GIG BY INDOSAT FTTH (*FIBER TO THE HOME*)” DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
(SURVEI WAWANCARA APARTEMEN KALIBATA CITY JAKARTA
SELATAN)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

WULAN RAMADHANNINGRUM

1210411118

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Wulan Ramadhanningrum

NRP : 1210411118

Tanggal : 26 Juli 2016

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juli 2016

Yang Menyatakan.



Wulan Ramadhanningrum

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wulan Ramadhanningrum
NRP : 1210411118
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI PROMOSI PT INDOSAT MEGA MEDIA MELALUI PRODUK “GIG BY INDOSAT FTTH (FIBER TO THE HOME)” DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN (Survei Wawancara Apartemen Kalibata City Jakarta Selatan)

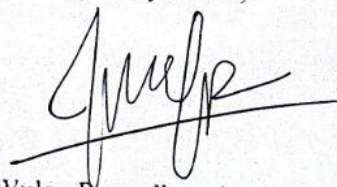
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Juli 2016

Yang menyatakan,



(Wulan Ramadhanningrum)

PENGESAHAN

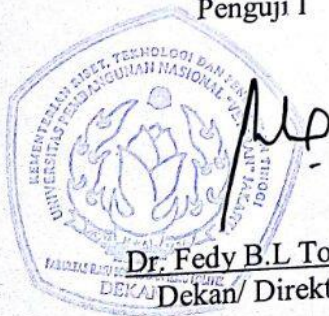
Skripsi diajukan oleh :
Nama : Wulan Ramadhanningrum
NRP : 1210411118
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Promosi PT. Indosat Mega Media Melalui Produk "GIG by Indosat FTTH (Fiber to The Home)" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.
(Survei Wawancara Apartemen Kalibata City Jakarta Selatan)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Dr. Fredy B.L. Tobing
Ketua Penguji

Drs. Supratman, M.Si
Penguji I

Dra. Masayu S Hanim, M.Si
Penguji II
(Pembimbing)



Dr. Fedy B.L Tobing
Dekan/ Direktur

Damayanti, S.sos. M.Si
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 26 Juli 2016

STRATEGI PROMOSI PT. INDOSAT MEGA MEDIA MELALUI PRODUK “GIG BY INDOSAT FTTH (FIBER TO THE HOME)” DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN

(SURVEI WAWANCARA APARTEMEN KALIBATA CITY
JAKARTA SELATAN)

Wulan Ramadhanningrum

Abstrak

Latar belakang skripsi ini membahas tentang promosi PT. Indosat Mega Media melalui produk GIG by Indosat FTTH (*Fiber to The Home*) dalam meningkatkan jumlah konsumen, karena produk GIG fiber to the home yang merupakan produk terbaru dari Indosat masih terbilang baru maka harus dilakukan promosi untuk meningkatkan jumlah konsumen. **Tujuan penelitian** untuk memperoleh strategi mempromosikan produk GIG by Indosat dalam meningkatkan jumlah konsumennya. **Definisi konsep** dalam penelitian ini adalah strategi, promosi, bauran promosi dan konsumen. **Metedologi penelitian** pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menganalisis data dari hasil wawancara dan observasi. **Hasil penelitian** ini berdasarkan wawancara terhadap *key informan* dan *informan* maka hasil yang diperoleh dalam meningkatkan jumlah konsumen GIG melalui strategi promosi. Media beriklan GIG antara lain media lini bawah dan media luar ruang yaitu brosur, leaflet, *roll banner* juga menggunakan media digital seperti sosial media *facebook* dan *twitter*. *Personal selling* yang dilakukan oleh GIG yaitu menawarkan secara langsung pada calon konsumen di apartemen-apartemen. Promosi penjualan GIG yaitu adanya kepuasan ekstra dengan *google drive* dan *chromecast* 50GB. **Kesimpulan** penelitian ini adalah strategi promosi yang dilakukan PT. Indosat Mega Media dalam meningkatkan jumlah konsumen GIG yaitu melalui periklanan, personal selling, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

Kata kunci: Strategi Promosi, *Fiber Internet* dan GIG.

**STRATEGY OF PROMOTION PT INDOSAT MEGA MEDIA
THROUGH THE PRODUCTS "GIG BY INDOSAT FTTH
(FIBER TO THE HOME)" INCREASE IN THE NUMBER OF
CUSTOMERS
(INTERVIEW SURVEY APARTMENTS KALIBATA CITY
SOUTH JAKARTA)**

WulanRamadhanningrum

Abstract

The background of this thesis discusses the sale of PT. Indosat Mega Media via product "GIG by Indosat FTTH (Fiber to The Home) in increasing the number of consumers, for products GIG fiber to the home which is the latest product of Indosat is still relatively new then it should be done to increase the number of consumer promotions. The research objective to obtain strategies promoting GIG products by Indosat in increasing the number of its consumers. The definition of the concept in this research is the strategy, promotion, promotional mix and consumers. Metedologi research in this study using descriptive qualitative method by analyzing data from interviews and observations, key informant in this study is HadyaniIsmareti as Manager Marketing Communication & Digital Media GIG GIG and three consumers as informants. The results of this study is based on interviews with key informants and informant the results obtained in increasing the number of consumers GIG through promotional strategies. Media advertising GIG among others, the bottom line media and outdoor media, namely brochures, leaflets, banners roll also use digital media such as facebook and twitter social media. Personal selling is done by GIG which offers directly to potential consumers in apartments. GIG sales promotion that is the extra satisfaction with google drive and 50GB chromecast. GIG do a form of public relations in order to improve the company's image. one of them is the event that made GIG is a festive occasion with family. It is concluded that promotional strategies conducted by PT. Indosat Mega Media in increasing the number of consumers GIG is through advertising, personal selling, sales promotion and public relations. GIG advice in the field of home fiber internet advertising is expected to expand and develop GIG TVC advertising through various media does not just outdoor advertising media only.

Keyword : Strategy promotion, Fiber Internet and GIG.

KATA PENGANTAR

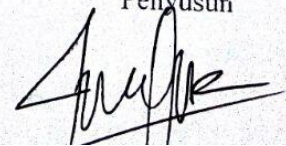
Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak Juni 2016 ini adalah Strategi Promosi PT. Indosat Mega Media Melalui Produk “GIG by Indosat FTTH (*Fiber to The Home*) Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Survei Wawancara Apartemen Kalibata City Jakarta Selatan). Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dra. Masayu S. Hanim, M.si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, penulis ucapkan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua, saudara-saudara ku serta seluruh keluarga yang memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, Tabothy, Erni Apriyani, Sri Ismawati, Rizka, Adik Kale dan Astri juga teman-teman Periklanan 2012, Ilmu Komunikasi angkatan 2012, yang sama-sama berusaha dan saling memberikan dukungan dan saran yang bermanfaat.

Penulis menyadari bahwa ada kekurangan yang terdapat pada skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2016

Penyusun



DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah | 7 |
| I.3 Tujuan Penulisan | 7 |
| I.4 Manfaat Penulisan | 7 |
| I.5 Sistematika Penulisan..... | 8 |
| | |
| BAB II KAJIAN TEORI..... | 10 |
| II.1 Definisi Konsep..... | 10 |
| II.1.1 Konsep Strategi..... | 10 |
| II.1.2 Konsep Promosi..... | 12 |
| II.1.4 Konsumen..... | 18 |
| II.2 KerangkaBerfikir..... | 21 |
| | |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN | 22 |
| III.1 Pendekatan Penelitian | 22 |
| III.2 Jenis Penelitian..... | 23 |
| III.3 Teknik Pengumpulan Data | 24 |
| III.4 Penentuan <i>Key informan</i> dan <i>Informan</i> | 24 |
| III.5 Teknik Analisis Data | 25 |
| III.6 Keabsahan Data..... | 25 |
| III.7 Waktu dan Lokasi Penelitian..... | 27 |
| | |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 28 |
| IV.1 Analisa Objek dan Penelitian | 28 |
| IV.2 Hasil Penelitian | 35 |
| IV.3 Pembahasan..... | 58 |

| | | |
|----------------------|-----------------|----|
| BAB V | PENUTUP..... | 64 |
| V.1 | Kesimpulan..... | 64 |
| V.2 | Saran..... | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 68 |
| RIWAYAT HIDUP | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|---------|---------------------------------------|----|
| Tabel 1 | TabelPerbandingan Fiber Internet..... | 4 |
| Tabel 2 | TabelKegiatanJadwalPenelitian | 27 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----------|-------------------------------------|----|
| Gambar 1 | ContohPromosi GIG..... | 6 |
| Gambar 2 | KerangkaBerfikir..... | 21 |
| Gambar 3 | Logo PT. Indosat Mega Media..... | 28 |
| Gambar 4 | Logo GIG IndosatOoredoo..... | 33 |
| Gambar 5 | Brosur GIG..... | 40 |
| Gambar 6 | Leaflet..... | 43 |
| Gambar 7 | <i>Roll Banner</i> | 46 |
| Gambar 8 | FotoSalesdanCalonKonsumen GIG | 49 |
| Gambar 9 | Promosi-promosi GIG..... | 53 |
| Gambar 10 | <i>Event</i> GIG..... | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 From A.2.2 (KegiatanKonsultasiSkripsi)
- Lampiran 2 From A.5 (TandaPersetujuanUjianSkripsi)
- Lampiran 3 SuratPermohonanRiset
- Lampiran 4 SuratKeteranganRiset
- Lampiran 5 HasilWawancara*Key informandanInforman*
- Lampiran 6 Dokumentasi