

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARA DALAM  
MENINGKATKAN MARKET SHARE SEGMENT  
YOUTH PT TELKOMSEL  
DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
dan Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**OLEH:**

**DELIANA PUTRI AGUSTIN**

**N.P.M : 151300784**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2017**

## **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Deliana Putri Agustin

N.B.I : 151300784

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Market Share Segmen Youth PT Telkomsel di Kota Surabaya

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Surabaya, 17 Januari 2017

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Agus Sukristyanto, M.S

Drs. IGN Anom Maruta , M.M

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Pada tanggal:

Dewan Penguji:

1. Drs. IGN Anom Maruta, M.M ( )  
Ketua
2. Drs. Radjikan, M.Si ( )  
Anggota
3. Drs. Ute Chairus Nasution, MS ( )  
Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Prof. Dr. H. Agus Sukristyanto, M.s

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Deliana Putri Agustin

NPM : 151300784

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Market Share Segmen Youth PT TELKOMSEL di Kota Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya

Surabaya, 17 Januari 2016  
Yang membuat Pernyataan

Deliana Putri Agustin

## ABSTRAK

Deliana Putri Agustin, Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Segmen Youth PT Telkomsel Surabaya. Penelitian ini bertujuan menggambarkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Telkomsel dalam meningkatkan market share di segmen youth berdasarkan teori Kotler (1997:46) yaitu Bauran Pemasaran yang terdiri dari Empat P (4P) yaitu product (produk), price (harga), place (tempat) dan promotion (promosi) dan Teori AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian deskriptif yang melukiskan fakta secara factual dan cermat serta penelitian kualitatif yang berarti menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan cara statistik atau pengukuran. Penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Telkomsel dibantu oleh SPV Youth and Community Telkomsel Branch Surabaya, meliputi Product (produk), Price (harga), Place (tempat). Kemudian P keempat adalah Promotion (promosi). Data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan SPV Youth and Community Branch Surabaya selaku perwakilan dari PT Telkomsel sebagai key informan dan beberapa konsumen sebagai informan sekaligus untuk menguji keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keempat strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Telkomsel dalam meningkatkan market share segmen youth adalah dengan promotion (promosi).

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran

## ABSTRACT

*Deliana Putri Agustin, Marketing Communication Strategy to Increase Market Share Segments Youth PT Telkomsel Surabaya. This study aims to describe the marketing communication strategy by PT Telkomsel to increase its market share in the segment of youth based on the theory Kotler (1997: 46) is the marketing mix that consisted of the Four P (4P) is product (product), price (the price), place ( place) and promotion (promotion) and Theory AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). This type of research is descriptive qualitative, descriptive study illustrating that fact factual and accurate and meaningful qualitative research produces findings that can not be obtained by way of statistics or measurements. This study describes the marketing communication strategy undertaken by PT Telkomsel assisted by SPV Youth and Community Telkomsel Branch Surabaya, encompassing Product (product). Price (price), Place (place). Then the fourth P is Promotion (promotion). The data were collected through interviews with SPV Youth and Community Branch Surabaya as the representative of PT Telkomsel as key informants and informant team as well as to test the validity of the data. The results showed that of the four marketing communication strategy by PT Telkomsel to increase its market share segment of youth is the promotion (promotion).*

*Keywords: marketing communication strategy*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T atas rahmat dan karuniaNya penyusunan skripsi yang berjudul “*Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Market Share Segmen Youth PT TELKOMSEL di Kota Surabaya* ” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah S.W.T sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi dengan baik. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Bapak IGN Anom Maruta, M.M selaku pembimbing I dan Ibu Drs. Hj. Sri Andayani, M.M selaku pembimbing II yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Ibu Prof. Dr. drg. Hj. Ida Aju Brahmawati, Dipl.DHE, MPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Prof. Agus Sukristyanto, MS, selaku Dekan FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. D. Jupriono, M.si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk segera menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Rachmawati Novaria, M.M Selaku Dosen Wali serta Bapak dan Ibu Dosen FISIP Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi.

5. Para tim penguji yang telah memberikan masukan dan kritikan demi perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Resieka Marfina Nuryatno Selaku SPV Youth & Community Telkomsel Branch Surabaya beserta team yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dan memberikan informasi berupa data dan perhatian dalam skripsi ini.
7. Keluarga Tercinta, Ibu Hanifah Utoyo , Kakak Pertama Asmaul Husna, Kakak Kedua Ayu Jauhar N. , Adik Bungsu Wangsit Satrio Pramudani yang telah membantu dan memotivasi saya dalam perjalanan menyelesaikan skripsi.
8. Saudara-saudari seperjuangan ditanah rantau,teman-teman kost, kakak –adik sepupu, serta sahabat-sahabat saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat.

Surabaya, Januari 2017

Deliana Putri Agustin



## Daftar Isi

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Orsinalitas.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Fokus Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pengertian Strategi.....	9
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.3 Bauran Promosi.....	11
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.5 Periklanan.....	21
2.2.6 Promosi Penjualan.....	24
2.2.7 Teori AIDDA.....	29

2.2.8 Segmentasi Pasar.....	31
2.2.9 Youth Segment.....	35
2.2.10 Market Share.....	36
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Penelitian.....	40
3.3 Sumber Data & Teknik Penelitian.....	41
3.3.1 Sumber Data.....	41
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4 Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA, DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek.....	48
4.1.1 Deskripsi Objek.....	48
4.1.2 Visi dan Misi.....	50
4.1.3 Sejarah.....	50
4.1.4 Penghargaan.....	53
4.1.5 Struktur Organisasi.....	58
4.2 Penyajian Data.....	59
4.2.1 Hasil Wawancara.....	69
4.3 Analisis dan pembahasan.....	65
4.3.1 Analisis Berdasarkan Teori.....	65
4.3.2 Pembahasan.....	67

## BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Logo Telkomsel.....	48
Gambar 2: Bagan Struktur Organisasi.....	58

## QUOTES

*Keep on Believing and Your Dreams can Come True*

***HAKUNA MATATA. ALL IS WELL.***

***-ADELAGSTN***