

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
INDOSAT OOREDOO DALAM MEMBIDIK PASAR
PEREMPUAN**
(Studi Kasus : *Women Masterclass Indosat Ooredoo 2016*)

TUGAS AKHIR



**MUTIARA ROSITA AZZAHRAH
1151923001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
INDOSAT OOREDOO DALAM MEMBIDIK PASAR
PEREMPUAN**

(Studi Kasus : *Women Masterclass Indosat Ooredoo 2016*)

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**MUTIARA ROSITA AZZAHRAH
1151923001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Mutiara Rosita Azzahrah
NIM : 1151923001
Tanda Tangan : 
Tanggal : 05 September 2017

HALAMAN PENGESAHAN

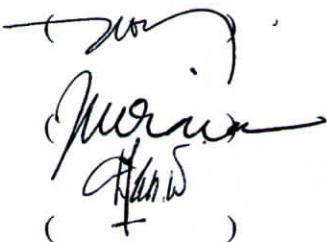
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mutiara Rosita Azzahrah
NIM : 1151923001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi & Ilmu Sosial
Judul Skripsi : “ANALISIS STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* INDOSAT OOREDOO DALAM MEMBIDIK PASAR PEREMPUAN (Studi Kasus : *Women Masterclass Indosat Ooredoo 2016*)”

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M



Pengaji : Mirana Hanathasia, S. Sos.,MMediaPrac

Pengaji : Mathilda Agnes Maria Wowor, S.Sos.,M.Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2017

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Membidik Pasar Perempuan (Studi Kasus : *Women Masterclass Indosat Ooredoo 2016*).

Penulis tidak dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan benar tepat pada waktunya tanpa dukungan dari berbagai pihak. Motivasi dan doa yang diberikan oleh kedua orang tua penulis menjadi semangat dalam menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir skripsi ini.

Berbagai partisipasi dan kontribusi dari berbagai pihak-pihak lain yang mendukung segala keperluan penulisan ini pun tak terlepas menjadi pemberi semangat bagi penulis, diantaranya yaitu:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi atas bimbingan, masukan, dan nasehatnya dalam penyusunan tugas akhir ini dan selalu sabar dalam menghadapi ketidaktahuan penulis ketika bimbingan.
3. Ibu Mirana Hanathasia, S. Sos, M. selaku pembahas dan penguji sidang tugas akhir yang telah memberi masukan kepada penulis.
4. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial atas bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Bapak Adrian Prasanto selaku Expert Corporate Communication dari PT Indosat Tbk yang bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dengan penulis.

6. Ibu Diah Kusuma Dewi selaku Senior Officer CSR dari PT Indosat Tbk yang bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dan memberikan data-data pendukung yang dibutuhkan oleh penulis.
7. Ibu Rera Annastatsia dan Ibu Fiki Maulani selaku peserta dari Event Women Masterclass yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk wawancara.
8. Irwanto yang tidak pernah berhenti memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Bapak Muhammad Iswanto selaku Manager dan Ibu Asmalikhati Febiyami selaku Team Leader ditempat penulis bekerja. Terima kasih atas support dan segala kebijakan yang telah diberikan kepada penulis selama penulis mengerjakan tugas akhir ini.
10. Rekan-rekan kelas karyawan Marcomm Batch 5 yang menjadi rekan seperjuangan penulis selama berkuliah.
11. Teman-teman sepermainan yang menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini yaitu, Annisa Dwi Multia, Ayu Agustianawati, Ratu Siti Fatimah, Viptariani, dan Prita Miranda.
12. Chellin, Apriani Eka Putri, Afrilia Suhartini, Fransisca Safitri, Mutiara Chairunisa, dan Nora Agustina selaku sahabat dari peneliti yang selalu memberikan semangat dan support yang tidak pernah berhenti selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini penuh dengan segala kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, September 2017

Mutiara Rosita Azzahrah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Rosita Azzahrah
NIM : 1151923001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi & Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Nonekskalousif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS INDOSAT OOREDOO DALAM MEMBIDIK PASAR PEREMPUAN (Studi Kasus : Women Masterclass Indosat Ooredoo 2016)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekskalousif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 05 September 2017

Yang menyatakan



Mutiara Rosita Azzahrah

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS INDOSAT
OOREDOO DALAM MEMBIDIK PASAR PEREMPUAN
(Studi Kasus : *Women Masterclass* Indosat Ooredoo 2016)**

Mutiara Rosita Azzahrah

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah Strategi Marketing Public Relations Indosat Ooredoo dalam membidik pasar perempuan. Indosat Ooredoo merupakan salah satu penyedia jaringan telekomunikasi dengan sinyal yang kuat, jaringan yang luas, berbagai fitur yang menarik, serta memiliki pelanggan yang cukup banyak di Indonesia. Indosat Ooredoo selalu ingin meningkatkan pelayanan telekomunikasi yang efektif terhadap pelanggannya dalam memenuhi seluruh keinginan, kebutuhan, serta kepentingan pelanggan dalam berkomunikasi terutama pada pelanggan perempuan yang saat ini masih belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi digital. Maka dari itu Indosat melakukan sebuah strategi *Marketing Public Relations* (MPR) untuk mencapai tujuannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Public Relations Women masterclass* Indosat Ooredoo dalam mendukung tercapainya tujuan *Marketing* dalam membidik pangsa pasar perempuan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini strategi Marketing Public Relations yang dilakukan oleh Indosat Ooredoo berhasil mempererat hubungan dengan pelanggan perempuan dan juga berhasil membantu Marketing dalam membidik pasar perempuan.

Kata Kunci : Strategi, *Marketing Public Relations*, Membidik Pasar Perempuan

**ANALYSIS THE MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF
INDOSAT OOREDOO FOR TARGETING WOMEN MARKETS**

(Case Study: Women Masterclass Indosat Ooredoo 2016)

Mutiara Rosita Azzahrah

ABSTRACT

The focus of this research is Ooseoo Indosat Marketing Public Relations Strategy in targeting women's market. Indosat Ooredoo is one of the leading telecommunication network providers with strong signal, extensive network, attractive features, and a large number of customers in Indonesia. Indosat Ooredoo always wants to improve the effective telecommunication services to its customers in fulfilling all the wants, needs, and interests of the customers in communicating especially on the female customers who currently still not maximally in using digital technology. Therefore Indosat undertakes a Marketing Public Relations (MPR) strategy to achieve its objectives. The purpose of this study is to know the Strategic Public Relations Women masterclass Indosat Ooredoo in support of the achievement of Marketing goals in targeting female market share. The research method used qualitative approach with case study method. Data collection techniques used by in-depth interviews and documentation. The result of this research Marketing Public Relations strategy undertaken by Indosat Ooredoo managed to strengthen the relationship with female customers and also managed to assist Marketing in targeting women's market.

Keywords: *Strategy, Marketing Public Relations, Targeting Women Market*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka (Penelitian Terdahulu).....	8
2.2 Tinjauan Pustaka	13
2.2.1 Strategi Marketing Public Relations.....	13
2.2.4 Kegiatan Marketing Public Relations.....	17
2.2.5 <i>Special Event</i>	19
2.2.6 Khalayak sasaran (Target Pasar)	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian.....	31
3.2 Objek Penelitian.....	33
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	36

3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	41
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Tentang PT Indosat Tbk.	44
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	49
4.1.3 Nilai – nilai Perusahaan.....	49
4.1.4 Produk dan Layanan Perusahaan.....	50
4.1.5 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Indosat Ooredoo	51
4.1.7 Gambaran Umum <i>Event Women Masterclass</i> Indosat Ooredoo 2016 ..	54
4.1.8 Gambaran Subjek Penelitian	54
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Penggunaan Special Event sebagai strategi Marketing Public Relations PT Indosat Tbk	56
4.2.2 Penggunaan <i>Special Event</i> untuk membidik pasar perempuan	67
4.3 Pembahasan.....	71
4.3.1 Analisis <i>Special Event Women Masterclass</i> sebagai penerapan strategi MPR.....	71
4.3.2 Analisis <i>Special Event Women Masterclass</i> sebagai upaya membidik pasar perempuan.....	75
BAB V KESIMPULAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Details 3 Pilar Tanggung Jawab Sosial Indosat Ooredoo	51
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	56
Gambar 4.2 Kegiatan Saat Event Women Masterclass	66
Gambar 4.3 Kegiatan Saat Event Women Masterclass (2)	67
Gambar 4.4 Kegiatan Saat Event Women Masterclass (3)	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	37