

ABSTRAKSI

PT. Bakrie Telecom, Tbk adalah operator selular berbasis CDMA baru yang menawarkan ESIA sebagai produk layanannya, yang memberikan kenyamanan berkomunikasi melalui layanan dan fitur-fitur menarik. Banyak hal yang harus dipertimbangkan agar pemasarannya sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka analisa riset pasar, segmentasi pasar serta posisi diperlukan sebagai pendukung rancangan strategi promosi Layanan ESIA.

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif, alat pengumpul data adalah kuesioner yang disebarakan kepada penduduk Kabupaten Sumedang. Alat ukur yang digunakan adalah distribusi frekuensi untuk menentukan proporsi serta tabulasi silang untuk mengetahui hubungan antar variabel dan karakteristik setiap segmen. Penelitian dilakukan dengan tahapan, segmentasi pasar layanan ESIA, pemilihan pasar sasaran, penentuan posisi layanan serta perumusan strategi promosi.

Hasil penelitian menghasilkan empat segmen yang terdiri atas, segmen 1 (minat dan bersedia) sebesar 23,94%, segmen 2 (tidak minat dan bersedia) sebesar 7,98%, segmen 3 (minat dan tidak bersedia) sebesar 26,76%, serta segmen 4 (tidak minat dan tidak bersedia) sebesar 41,31%. Dari segmen yang terbentuk dipilih segmen pertama dan kedua sebagai pasar sasaran tertuju ini dengan mempertimbangkan bahwa kedua segmen ini telah mempunyai kesiapan dari sisi finansial dimana kesiapan ini dapat dikatakan memiliki andil besar dalam penggunaan layanan ESIA. Selanjutnya posisi layanan yang ditetapkan berdasarkan manfaat yang diharapkan pasar dalam menggunakan layanan ESIA menghasilkan jargon "Untung Pake ESIA" yang telah disukai oleh responden dan sesuai dengan keunggulan yang dimiliki.

Audiens sasaran dari layanan ESIA adalah segmen pertama. Tujuan promosi sekarang ini adalah untuk mengetahui tanggapan berupa perilaku dari audiens berupa tindakan pembelian dari layanan ESIA. Rancangan pesan untuk ESIA adalah dengan menampilkan humor sebagai daya tarik isi pesannya serta disampaikan oleh orang terkenal sebagai sumber pesannya. Media pesan: untuk televisi dipilih RCTI dengan acara Sinetron pada jam 19.00-21.00, sedangkan untuk radio dipilih: Citra FM dengan acara musik pada jam 16.00-18.00, sementara untuk surat kabar dipilih Pikiran Rakyat pada rubrik olahraga dan majalah Bola pada rubrik berita, dan majalah Aneka pada rubrik gosip.