

ABSTRAK

Nama/NIM : Asep Parta/200952082

Judul : Profil Agnes Monica Dalam Strategi Pemasaran Terpadu Produk Telkomsel Flash

Jumlah Halaman : x ; 4 gambar ;130 halaman;8 lampiran

Kata Kunci : Komunikator, Kredibilitas sumber, strategi, komunikasi, pemasaran terpadu produk,

Daftar Pustaka : 26 Judul 1983-2012, 5 *website* ,1 skripsi pendahulu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kredibilitas profil Agnes Monica sebagai figur yang dikenal masyarakat Indonesia, dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu terhadap produk unggulan Telkomsel yaitu Telkomsel Flash.

Hasil penelitian memberikan gambaran, tingginya persepsi positif terhadap komunikator akan memudahkan efektifitas pesan yang diberikan kepada komunikan. Semakin seorang komunikator memiliki keahlian dan keterampilan tertentu yang berkaitan dengan pesan, maka semakin cepat umpan balik yang diterima sesuai dengan misi dan visi sang komunikator tersebut.

Agnes Monica mendapatkan kepercayaan dari Telkomsel sebagai wakil Indonesia muda yang aktif, dinamis, dan memiliki kredibilitas sumber, hal ini dihubungkan dengan produk Telkomsel yaitu Telkomsel Flash yang diperuntukkan bagi pribadi masa kini yang modern dan dinamis.

Adalah tugas kreatif Telkomel untuk dapat memasarkan produknya dengan baik. Dengan adanya bauran pemasaran *marketing mix* yang kemudian dikembangkan menjadi *promotion mix*, diharapkan mampu lebih mendekatkan produk kepada khalayak Indonesia sebagai konsumen.

Telkomsel Flash sebagai produk berkualitas Telkomsel, melalui kredibilitas sumber Agnes Monica diharapkan mendapatkan posisinya di hati masyarakat Indonesia. Flash yang identik dengan kecepatan tanpa batas, membuat personifikasi produk yang dapat dipergunakan untuk akses data internet tanpa adanya halangan ruang dan waktu.