

## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INDIHOME DALAM MEMPERTAHANKAN KONSUMEN WIFI INDIHOME PADA MASA *ENDEMIC* (Studi pada PT. Telkom Witel Lampung Tanjung Karang Pusat)

Oleh:

Elisabeth Narendra Vivianney

Komunikasi pemasaran merupakan bentuk perencanaan dan komunikasi yang sifatnya persuasif untuk mempengaruhi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dari PT. Telkom Lampung Tanjung Karang Pusat dalam mempertahankan konsumen pengguna Wifi Indihome di masa *Endemic*. Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Witel Telkom Lampung menerapkan *three ways strategy* dengan baik selama masa *endemic*, walaupun masih ditemukan kendala terutama pada strategi *push* dimana terdapat kekurangan sumber daya manusia pada setiap bidangnya dan lokasi tempat diadakannya *event open table* kadang tidak strategis untuk di datangi masyarakat atau calon konsumen. Strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan selama *Endemic* menjadi lebih ditingkatkan lagi untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan seperti contoh lebih banyak bekerjasama dengan mengikuti *event-event* dimana banyak terdapat kerumunan masyarakat yang menjadi tempat strategis dijalankannya *open table*. Dengan dijalankannya *open table*, para *sales* pun harus mengikuti SOP yang harus dijalankan seperti menjelaskan semua produk Indihome dengan bahasa yang informatif, dapat dimengerti calon konsumen, bahasa yang tidak berbelit-belit, serta dapat meyakinkan pelanggan dengan *after sale* yang memuaskan. Dengan memberikan program *loyalty*, dapat meminimalisir konsumen untuk berpindah ke layanan internet lainnya dan menjadikan pelanggan Indihome tetap setia untuk berlangganan.

**Kata Kunci:** *Endemic*, Indihome, Komunikasi Pemasaran, Strategi.

## **ABSTRACT**

### **INDIHOME MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN MAINTAINING INDIHOME WIFI CONSUMERS IN ENDEMIC TIMES (Study at PT. Telkom Witel Lampung Tanjung Karang Pusat)**

By:

Elisabeth Narendra Vivianney

*Marketing communication is a form of planning and communication that is persuasive in nature to influence consumers. This study aims to determine the marketing communication strategy of PT. Telkom Lampung Tanjung Karang Center in maintaining consumers using Indihome Wifi during Endemic times. This study uses a type of qualitative research method. The results of this study indicate that PT. Witel Telkom Lampung implemented the three ways strategy well during the endemic period, although there were still obstacles especially in the push strategy where there was a shortage of human resources in each field and the location where open table events were held was sometimes not strategic for the public or potential customers to visit. The marketing communication strategy implemented during the Endemic has been further enhanced to obtain feedback from customers, for example, collaborating more by participating in events where there are large crowds of people which are strategic places for open table operations. By running an open table, salespeople must also follow SOPs that must be carried out such as explaining all Indihome products in informative language, which potential consumers can understand, language that is not convoluted, and can convince customers with a satisfying after sale. By providing a loyalty program, it can minimize consumers from switching to other internet services and make Indihome customers remain loyal to subscribe.*

**Keywords:** *Endemic, Indihome, Marketing Communication, Strategy.*