

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE* DALAM MEMPROMOSIKAN PAKET *ALWAYS ON* PADA PENGUNJUNG GERAI 3 (TRI) *STORE* BANDARLAMPUNG

Oleh:

ESTER LUCIANA LOLORENTA NAINGGOLAN

Salah satu jenis operator yang mewarnai jaringan telekomunikasi adalah 3 (Tri) yang menghadirkan Paket *Always On*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Customer Service Provider* 3 (Tri) dalam mempromosikan paket *Always On*. Penelitian ini menggunakan teori AIDDA dan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penulis mengambil informan di Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung yaitu 2 *customer service* dan 5 pelanggan yang berkunjung ke Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Customer service* menggunakan strategi komunikasi dalam mempromosikan Paket *Always On*. (2) Strategi komunikasi yang dilakukan *customer service* adalah mengucapkan salam yang merupakan bagian dari kesopan-santunan, keramah-tamahan. (3) Berpenampilan menarik dan memperhatikan kecantikan dapat memberikan kesan nyaman bagi lawan bicara. (4) Menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan memiliki kesabaran, serta mengajukan kalimat yang sugesif dan persuasif, (5) Serta mendukung pembuatan keputusan.

Kata kunci: Strategi komunikasi, *customer service*, promosi