

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Telkom Kandatel Pekanbaru dalam Memproduksi Produk IndiHome

Qayyimulliah
(139110096)

Adanya fungsi kehumasan dalam kegiatan *marketing* terjadi dengan munculnya *Marketing Public Relations* membuat para pelaku *marketing* menyadari akan arti penting dukungan komunikasi, yang menjadi unsur pokok dalam kegiatan *Public Relations*. Sehingga komunikasi dan informasi diperlukan untuk berhubungan dengan konsumen. Penelitian ini membahas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Telkom Kandatel Pekanbaru dalam Mempromosikan Produk IndiHome. Penelitian yang dilakukan dimaksudkan untuk Mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran PT. Telkom kandatel Pekanbaru dalam mempromosikan produk Indihome. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif. Melalui pendekatan kualitatif tujuan penelitian pada intinya bertumpu pada usaha untuk mengamati, mengumpulkan, menganalisis, menginterpretasi data mengenai strategi komunikasi pemasaran PT. Telkom Kandatel Pekanbaru dalam mempromosikan produk Indihome. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa upaya Strategi komunikasi pemasaran PT. Telkom Kandatel Pekanbaru dalam mempromosikan produk IndiHome dengan menggunakan *Integrated Marketing Communication (IMC)* diantaranya periklanan umum, *sales promotion*, *public relations* dan lain-lain. Adapun program IMC PT. Telkom dalam melakukan komunikasi pemasaran adalah : *Direct Marketing*, *Sales Promotions*, *Advertising*. Faktor pendukung PT. Telkom dalam melakukan komunikasi pemasaran adalah merek dari PT. Telkom yang sudah dikenal masyarakat dan penawaran produk yang lebih lengkap dibandingkan produk lainnya. Sedangkan faktor penghambatnya adalah *Direct Marketing* yang kurang kompeten dibidangnya dalam hal ini Sales dan Teknisi yang berhubungan langsung dengan konsumen atau pelanggan PT. Telkom. Serta kurang bersinerginya marketing yang ada di pusat dengan marketing yang ada di wilayah sehingga adanya kesalahpahaman, negatif sentimen, kompetitor yang selalu berusaha menjelekkan produk indihome.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Promosi

ABSTRACT

Marketing Communication Strategy PT. Telkom Kandatel Pekanbaru to Promoting IndiHome Products

Qayyimulliah
(139110096)

The existence of public relations functions in marketing activities occur with the emergence of Marketing Public Relations make the perpetrators of marketing aware of the importance of communication support, which became a key element in the activities of Public Relations. So communication and information needed to connect with consumers. This study discusses the Marketing Communication Strategy PT. Telkom Kandatel Pekanbaru to Promoting IndiHome Products. The research conducted is intended to Know and analyze marketing communication strategy of PT. Telkom kandatel Pekanbaru to promoting Indihome products. In this study the author uses descriptive method. Through qualitative approach, the purpose of research is essentially based on the effort to observe, collect, analyze, interpret data about marketing communication strategy of PT. Telkom Kandatel Pekanbaru to promoting Indihome products. The data collection techniques used are through observation, interview and documentation. From the data obtained shows that the efforts of marketing communication strategy of PT. Telkom Kandatel Pekanbaru to promoting IndiHome products by using Integrated Marketing Communication (IMC) including general advertising, sales promotion, public relations and others. The IMC program PT. Telkom in marketing communications are: Direct Marketing, Sales Promotions, Advertising. Factors supporting PT. Telkom in doing marketing communication is a brand of PT. Telkom is already known by the public and product offerings are more complete than other products. While the inhibiting factors are Direct Marketing is less competent in their field in this case Sales and Technician who contact directly with consumers or customers of PT. Telkom. And less cohesive marketing in the center with marketing in the area so that there are misunderstandings, negative sentiments, competitors who always try to disfigure the IndiHome products.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Promotion