

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi *Advertising***

**Windi Oktafiani**

**STRATEGI PEMILIHAN MEDIA PROMOSI MELALUI KEGIATAN OPEN TABLE (OT) INDIHOME PT. TELKOM WITEL DI YOGYAKARTA**

**Tahun Skripsi: 2017 + xxii + 112 halaman + 10 lampiran + 2 tabel + 2 diagram + 13 gambar**

**Daftar Kepustakaan: 15 buku (1984-2015) + 5 sumber internet**

Dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai strategi pemilihan media promosi melalui kegiatan *open table* IndiHome PT. Telkom WITEL DI Yogyakarta. Peneliti memilih *open table* sebagai objek penelitian karena merupakan fenomena media promosi baru, dan PT. Telkom WITEL DI Yogyakarta merupakan perusahaan yang gencar menerapkan *open table* sebagai media promosi IndiHome. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa strategi promosi IndiHome melalui kegiatan *open table* ini dipilih oleh PT. Telkom WITEL DI Yogyakarta, selain itu juga untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi *open table* ini diaplikasikan sebagai strategi promosi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Informan diambil berdasarkan *purposive sampling*, sebanyak 4 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis data dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alasan strategi melalui kegiatan promosi *open table* dipilih karena merupakan strategi yang dinilai cukup efektif, ini dapat dilihat dari pengaruh keberhasilan PT. TELKOM WITEL DI Yogyakarta dibandingkan dengan WITEL daerah lain yang ada pada satu Divisi Regional, selanjutnya dalam pengaplikasian strategi promosi melalui *open table*, strategi yang diterapkan oleh *open table* ini menggunakan pendekatan dan menjadi bagian dari *personal selling*.

**Kata Kunci: Open Table, Personal Selling, dan Strategi Promosi**