

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Putri Inas Ramadhani

Strategi Promosi Wifi Corner PT. Telkom Witel Yogyakarta untuk Menarik Minat Konsumen Tahun 2019

Tahun Skripsi 2019 + 155 halaman + 16 gambar + 1 tabel + 1 bagan

Daftar Pustaka 36 buku + 15 jurnal + 5 sumber *online*

WiCo merupakan layanan bisnis servis dengan tagline “warnet zaman now”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi promosi PT. Telkom Witel Yogyakarta untuk menarik minat konsumen tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Pemilihan informan sebagai sumber data berdasarkan pada subjek yang mengetahui permasalahan, memiliki data-data, serta berkenan memberikan informasi secara lengkap dan akurat.

Hasil dari penelitian ini adalah PT. Telkom Witel Yogyakarta menggunakan tiga tahap dalam kegiatan promosi yaitu pada tahap perencanaan promosi, PT. Telkom Witel Yogyakarta hanya melakukan tujuh tahapan dari delapan tahapan dalam mengembangkan program komunikasi dan promosi. Pada pelaksanaan promosi, PT. Telkom Witel Yogyakarta menggunakan beberapa bauran promosi untuk memasarkan produk WiCo antara lain melalui periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan hubungan masyarakat (*public relations*). Serta pada proses evaluasi, hanya melakukan evaluasi setiap satu bulan sekali.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Menarik Minat, PT. Telkom Witel Yogyakarta, Strategi Promosi

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Jurusan Ilmu Komunikasi

Advertising Concentration

Putri Ines Ramadhani

Wifi Corner Promotion Strategy of PT. Telkom Witel Yogyakarta in Attracting Consumer Interests in 2019

Thesis Year 2019 + 155 pages + 17 pictures + 1 table + 1 chart

References 36 books + 15 journals + 5 online sources

Wifi Corner is a business service that embraces the "*warnet zaman now*" tagline. This study aims to find out and analyze the WiCo promotion strategy used by PT. Telkom Witel Yogyakarta in attracting the consumers' interests in 2019. In analyzing this research, the writer used descriptive qualitative methods. Data collection techniques in this study were executed by interviews and documentation. The selection of informants as sources of the data were based on the subjects who are experts in dealing with the problems, having reliable data, and willing to provide complete and accurate information.

The results of this study have shown that PT. Telkom Witel Yogyakarta is using three stages in the promotional activities, one of them is promotional planning stage. By using this promotional planning stage, PT. Telkom Witel Yogyakarta only did seven stages out of eight stages in developing communication and promotion programs. In the implementation of the promotion, PT. Telkom Witel Yogyakarta used several promotional mixes strategy to sell WiCo product including advertising, personal selling, direct marketing, sales promotion and public relations. Furthermore, in the evaluating process, PT. Telkom Witel Yogyakarta evaluated the performance and its effectivity once a month.

Keywords: Promotion Mix, Attracting Interests, PT. Telkom Witel Yogyakarta, Promotion Strategy