

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN SMARTFREN DI PT. SMARTFREN TELECOM TBK.” Studi Kualitatif Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Pelanggan Smartfren Di PT.Smartfren Telecom Tbk. Tujuan dan kegunaan peneliti ini adalah mengetahui strategi *advertising* pada Smartfren, bagaimana strategi *public relation* pada Smartfren , bagaimana strategi *event sponsorship* pada Smartfren, dan bagaimana *sales promotion* pada Smartfren, dan bagaimana Strategi *Personal Selling* pada Smartfren.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu ibservasi lapangan dan wawancara mendalam. Pemilihan informan dilakukan melalui proses pengamatan.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa pada Smartfren menerapkan menggunakan *advertising* ,smartfren menggunakan media sosial untuk membuat awareness konsumen terhadap brand mereka. Smartfren menggunakan *public relation* dalam perencanaan konsep dan startegi komunikasi pemasaran yang akan mereka lakukan mulai, semua proses kegiatan dalam konsep perencanaan yang dilakukan oleh pihak Smartfren adalah untuk membuat sebuah kegiatan. Peran *public relation* cukup berpengaruh dalam pelaksanaan program – program Smartfrem.

Melalui *event sponsorship* yang dilakukan Smartfren, menargetkan supaya kpnsumen atau public semakain menyadari dan mengenal tentang keberadaan Smartfren dengan adanya *event-event* yang telah mengikut sertakan Smartfren di dalamnya, dalam mengaplikasikan *sales promotion* Smartfren membidik target pasar dengan memperikan voucher, promo-promo menarik yang membuat public semakin tertarik. Dalam *personal selling* pun sangat membantu bagi pihak Smartfren karena dengan bertemu langsung dengan masyarakat smartfren bisa menjelaskan secara detail produk yang mereka punya.

Hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, yaitu agar Smartfren dapat mengoptimalkan kegiatan promosinya agar para konsumen mengetahui keunggulan produk ini lebih dalam.

ABSTRACT

This study entitled “MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN MAINTAINING SMARTFREN CUSTOMERS IN PT.SMARTFREN TELECOM TBL”. Qualitative study of communication marketing in affirming smartfren costumers ar PT.Smartfren Telecom Tbk the purpose and usefulness of these researches is to inderstand the advertising strategy on how to sponsor event strategies on smartfren and how the personal selling on smartfren public relation.

The research method uses by researchers in this study is acase study with type of reseearch that is qualitative in nature collection techniques used in research. This Is library research and field studies namely field observations and in depth interviews. The selection of informants is done through a process of observation.

Based on the results of the study, it was illustrated. Although smartfren applies using smartfren advertising using social media to raise constumer awareness of their brand. Smartfren uses public relations in planning concepts and marketing communication startegies that they will start all activity processes in the planning concept carried out by smartfren are to create an activity. The role of public relations is quite influential in the implementation of smartfren programs.

Through sponsorship events carried out by smartfren targeting consumers or the public is looking for and knowing about existence. Smartfren with a series of event that have been included. Smartfren in it, in applying sales promotionsmartfren aims at the market, by providing vouchers attractive promo that make the public more interested. In personal selling, it is very helpful for smartfren employees because by meeting directly with the smartfren community they can explain in detail the products they have.

The ting that reseacrhers want to recommend as an input material is based on the result of research conducted, namely so that smartfren can optimize promotional activites so that consumers know the advantages of this product more deeply.

RINGKESAN

Ulikan ieu dijudulan “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN SMARTFREN DI PT.SMARTFREN TELECOM Tbk.” Studi Kualitatif Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Pelanggan Smartfren Di PT.Smartfren Telecom Tbk. Tujuan jeung kagunaan ulikan ieu nyaeta keur nangtukeun strategi advertising di smartfren. Kumaha strategi public relation di smartfren, kumaha strategi event sponsorship di smartfren, kumaha sales promotion di smartfren, jeung kumaha strategi personal selling di smartfren.

Metodeu anu dipake dina panalungitkan ieu nyaeta studi kasus tipe panalungitkan anu sifatna kualitatif. Teknik kempelan data anu digunakeun dina ieu panalungitkan nya eta kapustakaan sarta studi lapangan diantaranya observasi lapangan jeung wawancara. Pamilihan informan dilakukeun ku proses pangamatan.

Dumasar hasil panalungitkan di ala pedara di smartfren the nerapkeun ngangunakeun advertising, smartfren ngangunakeun media sosial pikeun ngawangun kasadaran konsumen ngeunaan brand maranehna. Smartfren ngagunakeun public relation dina perencanaan konsep jeung strategi komunikasi pemasaran anu bakal maranehna lakukeun namimitian , sagala proses kegiatan dina parancaan anu dilakukeun ku pihak smartfren nyaeta pikeun nyieun hiji kagiatan. Peran public relation cukup bg pangaruh dina palaksanaan program-program smartfren.

Ngaliwatan hiji acara spnsor anu dilakukeun smartfren, nargetkeun sangkar konsumen atawa public beuki sadar sarta nyaho ngeunaan ayana smartfren ku ayana acara-acara anu ngalibatkeun smartfren. Dina ngeaplikasikeun sales promotion smartfren nyirian target pasar ku cara ngabagikeun voucher promo-promo sanan masyarakat beuki kapikat. Dina personal selling oge ngabantu smartfren sabab ku cara personal selling oge ngabantu smartfren bisa ngajelaskeun sacara detail produk anu maranehan boga.

Hal anu bade peneliti sarankeun jang bahan asupan didasarkeun hasil panalungitkan nu dilakukeun nya eta smartfren bisa ngoptimalkeun kagiatan promosi sanan konsumen nyaho kanunggulan produk ieu leuwih jero.