

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Airin Syita Sahla

Strategi *Personal Selling* PT. Telkom WITEL Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Wifi.id Tahun 2018

Tahun Skripsi: 2019 + 95 hal

Daftar Pustaka: 18 buku + 8 Jurnal + 6 Internet

Indonesia Wifi (Wifi.id) adalah salah satu produk layanan dari PT. Telkom Indonesia, merupakan jaringan akses *broadband* yang menyediakan layanan *internet*. Wifi.id termasuk kedalam Unit *Digital Service* dan Wifi.id, yang berada di lingkup PT. Telkom WITEL Yogyakarta dan terbentuk pada tahun 2018. Agar dapat menghadapi persaingan di tengah berkembangnya layanan yang berbasis *internet* semakin ramai Wifi.id menggunakan strategi *personal selling* dalam aktivitas promosinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *personal selling* Wifi.id. menggunakan teori promosi, strategi *personal selling*, dan komunikasi persuasif. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini, ditemukan hasil bahwa strategi *personal selling* yang dilakukan Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta ini terbagi menjadi tiga cara, yaitu *door to door*, *open table*, dan *call caring* (telepon). Tiga cara tersebut dapat melengkapi untuk meningkatkan jumlah pelanggan Wifi.id tahun 2018. Strategi *personal selling* ini juga merupakan promosi yang paling efektif digunakan dilapangan untuk target penjualan produk Wifi.id. Untuk tahap pelaksanaan dengan membuat daftar calon berdasarkan *data* perusahaan yang menjadi target calon pelanggan dan mencoba menggali informasi terkait dengan calon pelanggan. Selanjutnya, dengan bertemu calon pelanggan untuk mengetahui keinginan dari calon pelanggan yang seterusnya di tindaklanjuti dengan proses pendaftaran sampai penggunaan serta keluhan yang terjadi, guna mencapai target jumlah pelanggan. Terakhir adalah evaluasi kurun waktu sebulan sekali secara menyeluruh dengan rutin, guna untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana kegiatan *personal selling* telah dicapai.

Kata Kunci: Promosi, Strategi Personal Selling, Wifi.id

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Communication Science Studies

Advertising Concentration

Airin Syita Sahla

Personal Selling Strategy PT. Telkom WITEL Yogyakarta in Increasing Amount of Wifi.id Customer in 2018

Thesis Year : 2019 + 95 Pages

Bibliography : 18 Books + 8 Journals + 6 Internet Sources

Indonesia Wifi (Wifi.id) is one of the service products from PT. Telkom Indonesia, is a broadband access network that provides services Internet. Wifi.id is included in the Digital Service Unit and Wifi.id, which is located in the area of PT. Telkom WITEL Yogyakarta and formed in 2018. In order to face competition in the midst of developing internet-based services increasingly crowded Wifi.id uses a personal selling strategy in promotional activities. This study aims to describe the strategy personal selling Wifi.id. using promotion theory, personal selling strategy, and persuasive communication. This type of research is qualitative research with descriptive approach. The data collection technique used by interview and documentation. From the results of this study, it was found that results personal selling strategy conducted by Wifi.id PT. Telkom WITEL Yogyakarta This is divided into three ways, namely door to door, open table, and call caring (telephone). These three methods can complement to increase the amount Wifi.id customers in 2018. This personal selling strategy is also a the most effective promotion is used in the field to target product sales Wifi.id. For the implementation phase by making a list of candidates based on company databe that is targeted by prospective customers and tries to dig information related to prospective customers. Next, by meeting candidates customers to find out the desires of the prospective customers onwards follow up with the registration process to use and complaints happened, in order to reach the target number of customers. The last is internal evaluation once a month as a whole regularly, to provide information about the extent to which personal selling activities have been achieved.

Keywords : Promotions, Personal Selling Strategies, Wifi.id