

ABSTRAK

Elsa Safitri, Unik. *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Telkomsel Jember Dalam Pembentukan Brand Equity Melalui Event Jalan Sehat Telkomsel 4g LTE.* Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Drs. Hery B. Cahyono, Msi

KataKunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran Terpadu, PT Telkomsel Jember, *Brand Equity*.

Penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran PT Telkomsel Jember Dalam Pembentukan Brand Equity Melalui Event Jalan Sehat Telkomsel 4G LTE. Persaingan di dunia provider semakin ketat. Perusahaan harus berfikir kreatif untuk membentuk *Brand Equity* guna meraih visi misi perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai strategi yang dilakukan dalam komunikasi pemasaran terpadu melalui sebuah event jalan sehat Telkomsel 4G LTE di Kabupaten Jember. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan pengambilan data dalam penelitian wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Dengan menggunakan teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*).

Berdasarkan hasil penelitian dalam penelitian ini adalah dapat mengambil kesimpulan bahwa PT Telkomsel Jember menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu salah satunya ialah melalui Event yang merupakan tools dalam kegiatan pemasaran perusahaan Untuk event Jalan Sehat Telkomsel 4G LTE, dilaksanakan di Ambulu dengan alasan ambulu merupakan salah satu kota wisata yang ingin ditingkatkan perekonomian maupun pariwisata nya melalui teknologi sinyal 4G LTE Telkomsel selain itu , Ambulu merupakan target pasar produk Telkomsel. Setelah mendapatkan komunikasi yang dituju , perusahaan melanjutkan pada tahap penentuan tujuan terjadi nya komunikasi tersebut. Tujuan perusahaan ialah mengedukasi masyarakat Ambulu mengenai manfaat sinyal Telkomsel 4G LTE dan meningkatkan penjualan. Supaya respon dari khalayak tercapai , Telkomsel Jember mengembangkan suatu pesan yang efektif yang menggunakan unsur AIDA. Memilih media juga dilaksanakan sebagai salah satu strategi komunikasi Telkomsel untuk mempromosikan event dan produk perusahaan. Media yang digunakan mulai dari koran,radio hingga media sosial. Sumber media atau komunikator dari Telkomsel Jember pada saat event memiliki beberapa kriteria. Tahap terakhir ialah menentukan mengumpulkan umpan balik, perusahaan melihat dari berbagai aspek. Mulai dari peningkatan pengguna 4G hingga peningkatakn pendapatan setelah event tersebut berlangsung. Dari keseluruhan strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh Telkomsel Jember, sudah cukup efektif.

ABSTRACT

Elsa Safitri, Unik. Marketing Communication Strategy PT Telkomsel Jember In The Formation Of Brand Equity Through Healthy Life Event Telkomsel 4g LTE. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember. Supervisor: Drs. Hery B. Cahyono, Msi

Keywords: Strategy, Integrated Marketing Communications, PT Telkomsel Jember, Brand Equity.

Research entitled Marketing Communication Strategy PT Telkomsel Jember In The Formation Of Brand Equity Through Healthy Life Event Telkomsel 4G LTE. Competition in the provider world is getting tougher. Companies must think creatively to form Brand Equity in order to achieve the vision of the company's mission.

The purpose of this study is to obtain a clear picture of the strategy undertaken in integrated marketing communications through a healthy road event Telkomsel 4G LTE in Jember District. The research conducted is descriptive qualitative by using data retrieval in research interview, documentation, and bibliography. By using Integrated Marketing Communication theory.

Based on the results of research in this study is able to take the conclusion that PT Telkomsel Jember using integrated marketing communications strategy one of them is through Event which is a tool in company marketing activities For event Jalan Sehat Telkomsel 4G LTE, held in Ambulu by reason ambulu is one of tourist city who wants to improve its economy and tourism through Telkomsel 4G telecom signal telkomsel besides, Ambulu is the target market of Telkomsel products. After getting the targeted communicant, the company proceeded at the stage of determining the purpose of its occurrence of such communication. The company's goal is to educate the Ambulu community on the benefits of Telkomsel 4G LTE signals and increase sales. In order for a response from the audience to be reached, Telkomsel Jember developed an effective message that uses AIDA elements. Choosing the media is also implemented as one of Telkomsel's communication strategies to promote the company's event and products. The media used ranging from newspapers, radio to social media. Sources of media or communicators from Telkomsel Jember at the time of the event has several criteria. The final stage is determining the gathering of feedback, the company looks at various aspects. Starting from the 4G user up to the revenue increase after the event. Of the overall communication strategy implemented by Telkomsel Jember, is quite effective.