

## ABSTRAKSI

Judul Penelitian : STRATEGI PROMOSI TELKOM FLEXI PADA PT.  
TELKOM DIVRE IV JATENG DAN DIY  
Nama : ASTRI NURUL NURAHMAN  
NIM : D0G006012  
Program Studi : DIII PEMASARAN

---

Pelaksanaan promosi dilakukan oleh perusahaan dengan harapan dapat dibidiknya calon pembeli potensial sehingga perusahaan dapat mengenalkan produk yang dihasilkan dan memberikan informasi kepada pelanggan melalui promosi.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan meminta penjelasan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan promosi serta di analisis dengan metode deskriptif analisis.

Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Telkom Divre IV Jateng dan DIY adalah melalui *personal selling* dengan sales force atau disebut juga door to door di maksudkan bahwa salesman dapat menjual produk Telkom Flexi, yang terlebih dahulu memberikan sampel produk Telkom Flexi kepada pembeli atau calon pembeli secara cuma-cuma dan melakukan penawaran atau presentasi oleh tenaga marketing yang sudah di tunjuk perusahaan untuk menawarkan Telkom Flexi. *Periklanan* dengan menggunakan media elektronik (radio, TV), media cetak (surat kabar) dan menggunakan media luar ruang (billboard, banner, dan poster). *Publisitas* dengan menjadi sponsor pada saat bulan Ramadhan dengan adanya kuis-kuis Ramadhan. *Promosi Penjualan* dengan melakukan kegiatan Mobil Media Center yang biasanya dilakukan di kampus-kampus kota Semarang. *Direct Marketing* dengan menawarkan Telkom Flexi dengan cara pihak Telkom Flexi mengirimkan SMS ke nomor-nomor ponsel jaringan GSM, yang berisi ajakan untuk beralih menggunakan produk Telkom Flexi. Tujuan promosi yang dilakukan oleh PT. Telkom Divre IV Jateng dan DIY yaitu memberitahu, menjaga image, dan membujuk / mempengaruhi.

Sebaiknya PT. Telkom mempunyai program baru untuk menarik pelanggan dan menerbitkan majalah khusus seputar Telkom Flexi bagi pelanggan yang telah terdaftar.