


**PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* PADA  
PRODUK WMS *WIFI.ID* PT. TELKOM INDONESIA WITEL  
YOGYAKARTA**

**Dyah Ayu Milana Oktariani**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penerapan *Integrated Marketing Communication* Pada Produk WMS *Wifi.Id* PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta. *Integrated Marketing Communication* sebagai konsep yang melandasi upaya perusahaan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan secara cermat berbagai saluran komunikasinya dalam rangka menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan persuasif mengenai organisasi dan produknya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang dianalisis merupakan data hasil observasi pada bidang pemasaran perusahaan dengan mendeskripsikan setiap informasi dan data yang didapatkan dengan melakukan wawancara kepada informan di PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta yaitu *sales agent* dan asisten manajer divisi *digital service* dan *wifi* yang bertanggungjawab secara langsung pada proses pemasaran produk WMS *Wifi.Id*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta menerapkan *Integrated Marketing Communication* pada produk WMS *Wifi.id* dengan melakukan proses pengembangan *Integrated Marketing Communication* yaitu dengan cara mengidentifikasi *audiens* sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menyusun anggaran *Integrated Marketing Communication*, dan menggunakan bauran komunikasi pemasaran terintegrasi yaitu melalui periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing* dan *online marketing*. Namun *personal selling* yang dilakukan oleh bagian *marketing* PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta masih kurang optimal karena tenaga penjualan belum bekerja secara efektif. Sedangkan bauran pemasaran terintegrasi yang sudah diterapkan belum berjalan dengan lancar yaitu *direct* dan *online marketing*.

**Kata Kunci** : *Integrated Marketing Communication, Deskriptif Kualitatif*

 23/6 21

**IMPLEMENTATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION  
ON WMS WIFI.ID PRODUCTS PT. TELKOM INDONESIA WITEL  
YOGYAKARTA**

***Dyah Ayu Milana Oktariani***

***Abstract***

*This study aims to determine the Application of Integrated Marketing Communication on WMS Wifi.Id Products PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta. Integrated Marketing Communication as a concept that underlies the company's efforts to carefully integrate and coordinate its various communication channels in order to convey a clear, consistent, and persuasive message about the organization and its products. The approach used in this research is descriptive qualitative with case study method. The data analyzed are observational data in the company's marketing field by describing any information and data obtained by conducting interviews with informants at PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta is a sales agent and assistant manager of the digital service and wifi division who is directly responsible for the marketing process of WMS Wifi.Id products. Based on the results of research that has been done by the author, it can be concluded that PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta implements Integrated Marketing Communication on WMS Wifi.id products by carrying out an Integrated Marketing Communication development process, namely by identifying the target audience, determining communication objectives, designing messages, selecting communication channels, preparing Integrated Marketing Communication budgets, and using the marketing communication mix. integrated, namely through advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing and online marketing. However, personal selling carried out by the marketing department of PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta is still not optimal because the sales force has not worked effectively. Meanwhile, the integrated marketing mix that has been implemented has not run smoothly, namely direct and online marketing.*

***Keywords:*** *Integrated Marketing Communication, Qualitative Descriptive*