

ABSTRAK

Pada saat ini banyak pelaku bisnis atau perusahaan yang melakukan promosi dengan strategi yang menarik yaitu menggunakan strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran ini juga digunakan oleh PT. Telkom Indonesia WITEL Jakarta Timur. Wilayah usaha Jakarta Timur memiliki pendapatan yang tinggi dibanding dengan wilayah usaha lainnya. Beberapa layanan yang tersedia yaitu pengajuan jaringan internet Telkom, Telkom IndiHome, jaringan tv kabel dan pemasangan jaringan telepon. IndiHome merupakan layanan *triple play* yang terdiri dari internet fiber berkecepatan tinggi, IPTV, dan telepon rumah yang tersebar di lebih dari 160 kota di seluruh Indonesia. Walaupun demikian, Indihome PT Telkom Witel Jakarta Timur terus mengalami kenaikan pemutusan layanan indihome yang dilakukan oleh para pelanggan. Tujuan dari penelitian ini pun ingin mengetahui langkah yang dilakukan perusahaan dalam melakukan komunikasi pemasaran mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi yang dilakukan. Metode penelitian ini menggunakan Kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme dimana paradigma ini melihat bagaimana setiap orang pada dasarnya memiliki pemikiran dan bisa mengkonstruksi hubungan tersebut yang tentu melibatkan emosi atau pengalaman hidup personal. Hasil dari penelitian ini pun mendapatkan bahwa langkah perencanaan dan juga pelaksanaan sudah dilaksanakan dengan baik oleh Indihome PT. Telkom Witel Jakarta Timur tetapi pada bagian langkah evaluasi Indihome PT. Telkom Witel Jakarta Timur masih kurang dalam melakukan perbaikan sehingga keluhan pun masih terus disampaikan oleh para pelanggan yang berakibat pemutusan layanan indihome.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, Produk Indihome, keluhan pelanggan