

ABSTRAK

Kemajuan teknologi menyebabkan kegiatan presentasi diri tidak hanya terbatas pada kegiatan luring, namun juga membuat pentingnya penerapan strategi presentasi diri secara daring lewat berbagai *platform*. Seorang *agent* Telemarketing haruslah orang yang memiliki presentasi diri yang baik agar dapat menghasilkan strategi komunikasi yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Namun, berdasarkan Laporan Telemarketing Universitas Telkom 2023, masih terdapat berbagai macam keluhan berulang dari konsumen. Keluhan konsumen yang tidak ditindaklanjuti atau tidak ditangani dengan baik memungkinkan terjadinya kehilangan konsumen bahkan munculnya rumor negatif yang disampaikan konsumen pada publik. Untuk menemukan hasil dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam hasil penelitian, diketahui bahwa Tim Telemarketing Direktorat Admisi dan Pemasaran Universitas Telkom menggunakan delapan strategi presentasi diri hasil pemikiran Erving Goffman agar mampu menghadirkan *impression management* yang baik kepada konsumen. Lain daripada itu, dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kedelapan strategi tersebut memiliki implikasi yang berbeda-beda oleh setiap *agent* Telemarketing sesuai dengan platform yang digunakan serta kemampuan komunikasi interpersonal dan presentasi diri dari Tim Telemarketing Direktorat Admisi dan Pemasaran Universitas Telkom.

Kata Kunci: *Telemarketing, Komunikasi, Konsumen*