

ABSTRAK

Keadaan teknologi internet saat ini sangat diperlukan mulai dari kebutuhan hiburan hingga mencari informasi tiap detiknya selalu berkembang. IndiHome merupakan salah satu provider terbaik di Indonesia, namun di tengah perkembangan saat ini banyak perusahaan dan kompetitor lain yang mengeluarkan produk terbaru sebagai pesaing di bidang bisnis jasa layanan *internet service provider* (ISP). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran IndiHome melalui media iklan *below the line* dalam menarik minat pelanggan di kota Sidoarjo. Kajian pustaka yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan konsep bauran komunikasi iklan media *below the line*. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran IndiHome melalui media iklan *below the line* yang dilakukan PT. Telkom Witel Sidoarjo dalam menarik minat pelanggan sudah cukup efektif di masyarakat, bentuk media *below the line* yang digunakan IndiHome meliputi (a) brosur/flyer (b) x-banner (c) spanduk (d) saouvenir. pelanggan merasakan layanan dari IndiHome dengan adanya media iklan *below the line* dan pelanggan akan berhubungan langsung dengan produk, sehingga bisa terjadi komunikasi antara pelanggan dengan produk sehingga pelanggan tertarik dengan layanan yang diberikan kepada IndiHome.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Iklan, *Below The Line*

ABSTRACT

Internet technology is very much needed nowadays; from entertainment until the needs to find some information. It is developed in a fast pace. IndiHome is one of the best providers in Indonesia, but in the midst of current developments, many companies and other competitors are admitting to be the best internet service provider (ISP) business services. This study aims to determine and analyze IndiHome's marketing communication strategy through below the line advertising media in attracting customer interest in the city of Sidoarjo. The concept used in this research is to use the communication media below the line advertising mix. Below the line advertising forms include (a) Brochures / Flyers (b) X-banner (c) Banners and Banners (d) souvenirs. This research uses descriptive qualitative research type. Data collection techniques used were interviews, observation, and documentation. The results of this study note that IndiHome's marketing communication strategy through below the line advertising media conducted by PT. Telkom Witel Sidoarjo in attracting customer interest is quite effective in the community, customers will relate directly to the product, so that communication between customers and products can occur.

Keywords: Media Advertising Below The Line