

ABSTRAK

Penerapan Bauran Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Aktivasi

UseTV Cable Pada PT.Telekomunikasi Indonesia Witel Lampung

Oleh

Hendy Novrian

Perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia berkembang dengan pesat. Salah satunya adalah dibidang pertelevisian. Banyak perusahaan swasta yang melihat peluang bisnis dibidang pertelevisian berbayar antara lain Transvision, Indovision, Orangtv dan Okevision. Selain perusahaan swasta ada juga perusahaan BUMN yang meluncurkan produk televisi berbayar yaitu *Useetv Cable*.

Useetv cable merupakan produk dari PT Telekomunikasi Indonesia yang menyediakan layanan portal hiburan, informasi dan *lifestyle*, berbagai macam konten *streaming digital* maupun aplikasi seperti *karaoke*, videoklip musik, video *film*, *live tv*, *tv on demand*, *live streaming radio* dan *radio on demand* yang dapat diakses melalui berbagai media seperti laptop, *smartphone (HP)*, tablet dan layar televisi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh PT Telkom witel Lampung dalam upaya meningkatkan jumlah aktivasi *useetv cable*. Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data kualitatif dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh melalui buku-buku, internet.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Telkom witel Lampung menerapkan bauran promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, penjualan pribadi. Namun penerapan bauran promosi yang dilaksanakan belum sepenuhnya baik karena masih ada media promosi yang belum dilaksanakan oleh PT Telkom witel Lampung.