



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

ABSTRAKSI

**Sri Suharyanti
(44307120011)**

STRATEGI *SPECIAL EVENT GATHERING FUN & BUILD YOUR TEAM WITH* INDOSAT OLEH *LARGE ENTERPRISE SALES PT. INDOSAT TBK* DALAM MEMELIHARA LOYALITAS PELANGGAN *B2B* TAHUN 2012

ix + 83halaman + 33lampiran

Bibliografi, 31 buku, 1 majalah, 7 situs internet (1989-2012)

Perkembangan dunia usaha saat ini tidak lepas dari adanya persaingan bisnis antar perusahaan yang membuat perusahaan-perusahaan tersebut saling berlomba-lomba dalam memasarkan produknya. Diperlukan alternative tambahan untuk menyampaikan pesan perusahaan dengan lebih efektif yaitu melalui *special event*. PT. Indosat menggunakan *special event gathering* untuk memelihara loyalitas pelanggan *B2B*-nya.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan mengacu teori *event* dari Goldblatt yang menggambarkan lima tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan *special event* yang efektif yaitu *research, design, planning, coordinating*, dan *evaluation*. Serta tambahan teori dari Wahyuni Pudjiastuti, Roger Haywood dan Pietrzak, dkk.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Untuk hal tersebut maka penelitian mengadakan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan narasumber dari PT. Indosat dan PT. Ayuta Samarthya dan pelanggan Indosat.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Large Enterprise Sales PT. Indosat Tbk*. Menggunakan strategi *special event gathering* dalam memelihara loyalitas pelanggan *B2B*. Dalam membuat *event*, *Large Enterprise Sales* melakukan tahap-tahap *research, design, planning, coordinating* dan *evaluation*, agar kegiatan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.