

ABSTRAKSI

MIMMA PRATAMININGSIH

042-02-060

**STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE COMMUNICATIONS PT
EXCELCOMINDO PRATAMA, TBK DALAM MEMPERTAHANKAN
PELANGGAN PADA PROGRAM REGISTRASI PRABAYAR
(PERIODE 15 DESEMBER 2006 – 27 SEPTEMBER 2006)**

xi + 80 halaman; 1 tabel; 4 diagram; 6 Lampiran

Bibliografi : 27 Acuan (1989-2004)

Program Registrasi Prabayar merupakan Program yang dikeluarkan Permen Kominfo untuk mengantisipasi penyalahgunaan nomor kartu seluler. Program ini diterima baik oleh jasa telekomunikasi seluler meskipun dampak dari kegiatan ini adalah berkurangnya pelanggan. Hal ini dikarenakan nomor kartu prabayar yang tidak teregistrasi akan diblokir dan dihanguskan. Mengingat pentingnya hal tersebut bagi penyelenggara jasa telekomunikasi seluler khususnya *Corporate Communications* PT Excelcomindo Pratama, Tbk menggunakan suatu strategi komunikasi yang digunakan untuk mempertahankan jumlah pelanggan agar pengurangan pelanggan tersebut tidak begitu signifikan bagi PT Excelcomindo Pratama, Tbk.

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi, strategi komunikasi, *public relations*, *corporate communications*, dan pelanggan. Dengan membahas lebih dalam lagi mengenai perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan sifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam dengan dua narasumber dan lima orang pelanggan yang dipilih secara acak untuk menyeimbangkan pernyataan narasumber utama. Didukung oleh berbagai data sekunder.

Hasil penelitian ini menjabarkan secara menyeluruh perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Hasil penelitian ini adalah bahwa strategi yang digunakan adalah strategi *Outbound dan inbound* dengan didukung berbagai kegiatan seperti iklan di media, *road show* ke 24 kota di Indonesia, konser eksklusif Peterpan sebagai Duta XL Bebas, Iklan Layanan Masyarakat, *Talkshow* radio Indonesia untuk melaksanakan strategi tersebut.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah strategi yang digunakan PT Excelcomindo Pratama, Tbk merupakan strategi komunikasi yang sudah memenuhi prosedur mengenai langkah strategi. Saran yang di dapat dari penelitian ini adalah dimana agar PT Excelcomindo Pratama, Tbk lebih memperhatikan lagi pelanggan dengan memberi inovasi dan produk-produk baru.