

ABSTRAK

Teknologi sebagai media komunikasi dan komunikasi pemasaran (marketing communication) adalah dua hal yang saling berkaitan. Perkembangan teknologi yang pesat, akses untuk mendapatkan teknologi, dan murahnya biaya langganan akses internet menjadi faktor pendukung meningkatnya penggunaan internet di masyarakat. Dalam keadaan saat ini, pihak perusahaan harus lebih aktif dalam mendistribusikan dan memperkenalkan produknya agar dapat terjual sesuai dengan apa yang diharapkannya. Pemasaran itu sendiri terdiri dari unsur-unsur pemasaran terpadu dan cukup terkenal dengan istilah 4P, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (komunikasi pemasaran) yang selalu berubah-ubah sejalan dengan aktivitas perusahaan dan perubahan lingkungan pemasarannya serta perubahan perilaku konsumennya. PT Internux meluncurkan BOLT! Super 4G LTE yang merupakan layanan mobile broadband dengan teknologi 4G LTE pertama di Indonesia. Produk yang ditawarkan PT Internux berupa BOLT! Super 4G LTE menggunakan 4G LTE. Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi Data Primer melalui wawancara mendalam, data sekunder dengan studi analisis dan studi kepustakaan. Dilihat dari konsep 4P atau bauran pemasaran dan juga dari sisi promosi menggunakan bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran terpadu seperti *advertising*, *Direct Marketing*, *Sales Promotion*, *Publicity/public relations*, *personal selling* dan *cyber marketing/internet marketing*. Strategi pemasaran yang dijalankan saat ini oleh PT. Internux perlahan membuahkan hasil dan masih perlunya pengembangan produk terus berinovasi dengan pengembangan kemajuan teknologi agar tidak ketinggalan dengan competitor lainnya. Selain itu juga, untuk BTS bisa di perbanyak di perluas kembali agar bukan hanya jangkauan jaringan di jabodetabek – medan namun bisa menlingkup seluruh Indonesia.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, 4P, Penjual Produk.

ABSTRACT

Technology as a medium of communication and marketing communication (marketing communication) are two things that are interrelated. Development rapid technological access for get technology , and cheap cost customer internet access to be factor supporters increase internet use in the community . In circumstances when this , party company should more active in distribute and introduce the product to get it sold corresponding with what he expected . Marketing that own composed from elements marketing integrated and c enough famous with the term 4P, *product* (product), *price* (price) , *place* (place) , and *promotion* (communication marketing) always change in line with activity company and change environment marketing and change behavior consumers . PT Internux launch BOLT! Super 4G LTE which is mobile broadband service with the first 4G LTE technology in Indonesia. Products offered by PT Internux in the form of BOLT! Super 4G LTE uses 4G LTE. Paradigm on research this is paradigm constructivist . Research this use method studies case with approach qualitative . Technique Data collection includes Primary Data through Interview depth , secondary data with studies analysis and studies literature . Seen from 4P concept or mix marketing and also from side promotion use forms Communication Marketing integrated as *advertising, Direct Marketing, Sales Promotion, Publicity / public relations, personal selling and cyber marketing / internet marketing.* Strategy run marketing when this by PT. Intuxux slowly produce results and still the need development product continue innovate with development progress technology so as not to miss out with other competitors . Besides it also, to multiply the base stations can be expanded back so it's not only range network in jabodetabek - medan however can close up all over Indonesia.

Keywords: Communication Marketing , 4P , Seller Products .