

## ABSTRAK

Nama : Adhimsa  
NIM : 44219120078  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Customer Engagement PT Telkom Indonesia  
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si

Layanan *public relations* memiliki peran krusial dalam pengelolaan citra perusahaan dan hubungan dengan pemangku kepentingan. PT Telkom Indonesia menggunakan komunikasi korporat untuk membangun citra positif dan memastikan informasi akurat kepada media. Dengan infrastruktur yang kuat di daerah terpencil, PT Telkom Indonesia menjadi mitra strategis bagi Biznet dan Fiberconnect, serta mendapat dukungan dari perusahaan besar seperti Facebook, Google, dan Microsoft. Tantangan utama di industri telekomunikasi termasuk pencarian sumber daya manusia berkualitas, perbedaan kesempatan pelatihan, dan kebutuhan untuk mengikuti perkembangan teknologi. Permintaan yang terus meningkat seringkali tidak diimbangi dengan pertumbuhan infrastruktur.

Customer engagement, menurut Bowden (2012), melibatkan ikatan emosional dan komitmen pelanggan terhadap merek, yang menghasilkan hubungan berkelanjutan dan meningkatkan loyalitas. Pengelolaan keterlibatan pelanggan tidak hanya terkait dengan penjualan produk tetapi juga dengan pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi fenomena tersebut, dengan wawancara yang mengungkap sejarah PT Telkom Indonesia dari pendirian awal oleh pemerintah Belanda pada tahun 1864 hingga transformasi menjadi PT Telkom Indonesia pada tahun 1991. Strategi perusahaan dalam membangun hubungan dengan konsumen meliputi respons cepat, perhatian khusus seperti ucapan selamat ulang tahun, dan penggunaan teknologi untuk komunikasi internal dan eksternal.

*Corporate communications* di PT Telkom Indonesia fokus pada komunikasi yang efektif antara manajemen, karyawan, dan publik, dengan menerapkan konsep komunikasi organisasi untuk menyampaikan informasi yang relevan. Customer engagement di perusahaan tercermin dari program loyalitas, personalisasi pengalaman pelanggan, dan kampanye interaktif di media sosial. Teknologi, termasuk aplikasi seluler, digunakan untuk mempermudah manajemen layanan dan komunikasi *real-time*. Evaluasi dan umpan balik pelanggan secara berkala berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan. *Corporate communications* dan customer engagement saling mendukung dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan, meningkatkan keterlibatan, dan memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Kata Kunci: **Komunikasi Perusahaan, PT Telkom Indonesia, Ketertarikan Pelanggan, TELKOM, Strategi Pemasaran, Layanan Telekomunikasi.**

## ABSTRACT

Name : Adhimsa  
NIM : 44219120078  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Internship Report : Aktivitas Customer Engagement PT Telkom  
Indonesia  
Counsellor : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si

Public relations services play a crucial role in managing a company's image and stakeholder relationships. PT Telkom Indonesia leverages corporate communication to build a positive image and ensure accurate information is conveyed to the media. With a robust infrastructure in remote areas, PT Telkom Indonesia has become a strategic partner for Biznet and Fiberconnect and receives support from major companies like Facebook, Google, and Microsoft. Key challenges in the telecommunications industry include finding quality human resources, disparities in training opportunities between remote and urban areas, and the need to keep up with technological advancements. The increasing demand often outpaces infrastructure growth.

Customer engagement, as defined by Bowden (2012), involves emotional bonds and commitment from customers toward a brand, leading to sustainable relationships and enhanced loyalty. Managing customer engagement extends beyond product sales to understanding and fulfilling customer needs. This study employs qualitative methods to explore this phenomenon, with interviews revealing the history of PT Telkom Indonesia from its establishment by the Dutch government in 1864 to its transformation into PT Telkom Indonesia in 1991. The company's strategies for building customer relationships include rapid response to needs, special attentions such as birthday greetings, and leveraging technology for internal and external communication.

Corporate communications at PT Telkom Indonesia focus on effective communication between management, employees, and the public, applying organizational communication principles to deliver relevant information. Customer engagement is reflected in loyalty programs, personalized customer experiences, and interactive social media campaigns. Technology, including mobile apps, facilitates service management and real-time communication with customers. Regular evaluation and feedback contribute to service quality improvement. Corporate communications and customer engagement are interrelated in fostering positive customer relationships, enhancing engagement, and ensuring high customer satisfaction.

**Keyword: Corporate Communications, PT Telkom Indonesia, Customer Engagement, TELKOM, Marketing Strategy, Telecommunication.**