

ABSTRAK

NADA OCTIA RESA. 021122090. Strategi promosi untuk meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan IndiHome Di kota bogor pada PT Telkomsel. Laporan Magang/Praktik Kerja Prodi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Di bawah bimbingan: Hari Muharam dan Erik Irawan Suganda, 2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen terhadap layanan IndiHome di Kota Bogor pada PT Telkomsel melalui kegiatan magang/praktik kerja. Kegiatan ini merupakan bentuk penerapan ilmu pemasaran berbasis jasa dan teknologi digital dalam mendukung efektivitas promosi perusahaan di tengah persaingan industri telekomunikasi yang semakin ketat. Metode pelaksanaan yang digunakan melalui observasi, wawancara, partisipasi aktif, dan dokumentasi selama kegiatan magang. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan belum optimal karena belum terintegrasi secara maksimal antara promosi *offline* dan *digital*, serta jangkauan promosi yang masih terbatas pada wilayah tertentu. Pemanfaatan media digital seperti TikTok mulai memberikan dampak positif dalam meningkatkan ketertarikan konsumen, namun belum dilakukan secara konsisten dan terencana. Selain itu, ditemukan beberapa kendala koordinasi antar tim yang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan strategi promosi yang lebih terintegrasi, inovatif, dan adaptif berbasis digital agar mampu meningkatkan efektivitas promosi serta minat konsumen terhadap layanan IndiHome secara berkelanjutan.

KATA KUNCI: Strategi Promosi,Minat Konsumen,IndiHome,Promosi Digital,PT Telkomsel