



RINGKASAN

LARAS SHIFA SALSABILA. Proses Penyebaran Informasi dalam Usaha Penjualan Digital Produk Indihome di Telkom Witel Bogor. *The Process of Disseminating Information in The Business of Selling Indihome Digital Products at Telkom Witel Bogor*. Dibimbing oleh ANDRIYONO KILAT ADHI.

Pada kaitanya dalam ilmu komunikasi, penyebaran informasi merupakan salah satu dari sebagian besar tugas humas. Menurut Cutlip & Center (2006), humas didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Unit DSW bekerja keras dalam penerapan salah satu tugas humas yaitu penyebaran informasi. Penyebaran informasi dilakukan guna memberikan informasi kepada masyarakat luas bahwa Indihome memiliki produk tambahan seperti digital produk Indihome yang mungkin belum diketahui oleh sebagian besar masyarakat. Beberapa program kerja telah disusun oleh Tim DSW dalam mendukung proses penyebaran informasi, yaitu: mengaktifkan sosial media, *sharing product knowledge*, hingga *outbound call*.

Pada pelaksanaan program kerja mengaktifkan sosial media, tim magang memegang seluruh kendalanya. Tim magang bahkan memegang akun sosial media wifi.id. Tim magang bertanggung jawab dalam mengaktifkan sosial media seperti Instagram dan TikTok dengan membuat konten dan *campaign* setiap harinya dengan tema postingan yang berbeda-beda. Berbagai hambatan ditemui pada program kerja ini, mulai dari sulitnya mengaktifkan kembali Instagram, hingga sulitnya proses pembuatan konten.

Sharing product knowledge merupakan program kerja yang dibikin khusus untuk para sales. Mengapa demikian? Karena tugas para sales adalah menjual berbagai produk Indihome. Faktanya adalah sebagian besar sales tidak menguasai pemahaman produk untuk digital produk Indihome. Dari Sembilan produk digital produk Indihome, sebagian besar hanya mengetahui tiga produk saja. Maka dari itulah program kerja ini aktif dilaksanakan setiap minggunya kepada Datel-Datel di Bogor secara bergantian. Manager DSW dan staff DsMO memegang tanggung jawab dalam pelaksanaan program ini. Sebagian besar hambatan yang ditemui dalam pelaksanaan program ini adalah kurangnya perhatian para sales. Karena minat sales yang sangat minim. Hal ini terjadi salah satunya karena *fee sales* digital produk Indihome tidak sebesar produk-produk Indihome yang lainnya.

Program kerja yang terakhir adalah *Outbound Call*. *Outbound call* merupakan bagian dari jenis telemarketing. Seluruh tim magang memegang tanggung jawab dalam proker ini. Tim magang akan menelpon pelanggan yang telah memasang Indihome merujuk pada data yang telah ada, lalu menawarkan digital produk Indihome. Bisa dibilang, proker ini paling menguji mental tim magang. Karena pada proker ini tim magang berhadapan langsung dengan konsumen yang beragam sifatnya.

Kata kunci: informasi, humas, penyebaran informasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.