

## ABSTRAK

Banyaknya penyedia jasa telekomunikasi, membuat persaingan semakin ketat di era perkembangan jaman ini. Oleh karena itu, untuk mempertahankan perusahaannya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk melakukan inovasi dengan mengeluarkan produk terbarunya yaitu IndiHome. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara penerapan *digital advertising* pada produk IndiHome yang sering digunakan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Divisi Regional III Jawa Barat, dengan rumusan masalah yaitu bagaimana pelaksanaan *digital advertising* produk IndiHome pada PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Divisi Regional III Jawa Barat. Berdasarkan tinjauan penelitian *digital advertising* terdiri atas 3 komponen *digital advertising*, berupa *content*, *digital advertising*, dan *data analysis*. IndiHome merupakan salah satu produk layanan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Adapun cara promosi yang sering digunakan oleh IndiHome secara *digital* yaitu dengan cara *instagram marketing*, *twitter marketing*, dan *youtube marketing*. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan karakteristik dari fenomena. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi, dan studi pustaka. Berdasarkan hasil dan pembahasan tinjauan penulis, penerapan *digital advertising* yang dilakukan oleh produk IndiHome terbukti berhasil. Dengan adanya *digital advertising* akan meningkatkan penjualan produk IndiHome sehingga persepsi pelanggan tentang produk IndiHome termasuk baik.

**Kata Kunci :** Manajemen Pemasaran, *Digital Advertising*

## ABSTRACT

*The number of telecommunication service providers has made the competition even tougher in this era of development. Therefore, to maintain the company PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk innovated by releasing its newest product, IndiHome. This research aims to find out how to apply digital advertising to IndiHome products that PT often uses. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Regional Division III West Java formulated the problem: how to implement digital advertising for IndiHome products at PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Regional Division III West Java. Based on a review of research, digital advertising consists of 3 components of digital advertising: content, digital advertising, and data analysis. IndiHome is one of the service products of PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. The promotion method often used by IndiHome digitally is utilizing Instagram, Twitter, and YouTube marketing. This research method is a qualitative descriptive method that aims to describe the phenomenon's characteristics. Data collection techniques are used in the form of interviews, observation, and literature study. Based on the author's review results and discussion, the application of digital advertising carried out by IndiHome products has proven successful. With digital advertising, it will increase sales of IndiHome products, so that customer perceptions of IndiHome products are good.*

**Keywords:** Marketing Management, Digital Advertising.