

ABSTRAK

RENCANA PEMASARAN INDIHOME MELALUI *VIRAL* *MARKETING* DENGAN AKTIVITAS #KONGKOWINDIE PADA PT. TELKOM INDONESIA. Tbk

OLEH

RIZKI FIRMANSYAH

15/38721/PEK/20871

Pemerintah Indonesia telah mencanangkan pemerataan akses internet *broadband* di seluruh negeri yang ditargetkan bisa rampung pada akhir tahun 2019. Hal ini dikarenakan setengah penduduk Indonesia telah terhubung ke internet dan lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia adalah anak muda. Media sosial adalah konten internet yang paling sering diakses pengguna internet. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses akun media sosial saat menggunakan internet. Akses internet ini dilakukan di berbagai tempat mulai dari perkantoran, *coffee shop* hingga ruang belajar dengan menggunakan berbagai *channel* seperti paket data *provider* dan juga jaringan WiFi.

Pengguna jaringan WiFi di *coffee shop* di Indonesia kebanyakan adalah anak-anak muda usia produktif yang tidak hanya ingin menikmati kopi saja tetapi juga ingin merasakan kecepatan internet yang disediakan. Saat ini, penetrasi *coffee shop* di Indonesia juga berkembang pesat. Bisnis ini menjadi sesuatu yang fenomenal di kota-kota urban Indonesia, salah satu yang terkenal adalah Excelso, sebuah *coffee shop* lokal Indonesia

Melihat pertumbuhan teknologi digital dan tingginya angka penetrasi internet di Indonesia serta tren makin banyaknya orang yang berkunjung ke *coffee shop* lokal, menjadikan sebuah peluang bagi IndiHome, produk *broadband* dari PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom Indonesia) untuk melakukan aktivitas pemasarannya. IndiHome bisa menggabungkan keduanya menjadi sebuah promosi kampanye yang terintegrasi dengan menggunakan medium internet agar *viral* di dunia sosial media dengan menjalin kerja sama dengan Excelso. Aktivitas ini dinamakan #KongkowIndie

Kata kunci : Pemasaran, Kampanye, Media Sosial, Viral, *Coffee Shop*

ABSTRACT

INDIHOME BUSINESS PLAN USING #KONGKOWINDIE CAMPAIGN AS VIRAL MARKETING IN PT TELKOM INDONESIA. Tbk

By

RIZKI FIRMANSYAH

15/38721/PEK/20871

The Government of Indonesia has launched a program to distribute broadband internet access nationwide and will be completed by the end of 2019. It is because most of the population in Indonesia is still using data-based network as their main source of Internet. More than 80 percent of internet users in Indonesia is young people and most of them accesses social media. They use Internet access in various places from offices, coffee shop, and study room by various channels such as data provider package and WiFi network.

Users of WiFi network in coffee shop in Indonesia are mostly young people in a productive age who not only wants to enjoy coffee but also to experience the speed of internet provider. Currently, coffee shop penetration in Indonesia is growing very fast. This business became something phenomenal in urban cities of Indonesia. The most famous one is Excelso, an Indonesian local coffee shop

Looking at the growth of digital technology and the high rate of internet penetration in Indonesia and the trend of people who visit the local coffee shop, it will be an opportunity for IndiHome, a broadband product from PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom Indonesia) to create a marketing campaign. IndiHome can combine the two opportunities (the high demand of internet connections by the young people and the coffee shops trend) into an integrated campaign promotion by using the medium of the Internet in order to go viral in the social media by collaborating with Excelso called by #KongkowIndie

Keywords: Marketing, Campaign, Social Media, Viral, Coffee Shop