

## **BAB II**

### **Deskripsi Objek Penelitian**

#### **Hubungan Terpaan Kampanye #WeAreMore dan Terpaan *Online Customer***

#### **Review pada Kolom Komentar Instagram @myxl terhadap Loyalitas Pelanggan**

### **XL**

#### **2.1 Profil Perusahaan XL Axiata Tbk**

PT Grahamelectronics adalah nama perdana korporasi PT XL Axiata Tbk disingkat XL yang didirikan pada 6 Oktober 1989.. Perusahaan ini bergerak pada bidang perdagangan dan jasa umum lalu berganti nama menjadi PT Excelcomino Pratama Tbk yang bekerja sama dengan Rajawali Group enam tahun kemudian dengan bisnis utama dalam bidang penyediaan layanan telepon dasar. Lalu PT Excelcomino Pratama Tbk pada tahun 1996 berubah nama menjadi PT XL Axiata Tbk dan hanya berfokus pada layanan operator telekomunikasi selular di Indonesia. Awal mula XL mulai beroperasi pada wilayah Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Seiring berkembangnya perusahaan, kini XL merupakan salah satu penyedia layanan selular terpopuler di Indonesia, hal tersebut dikarenakan adanya jangkauan jaringan dan layanan yang luas dari seluruh wilayah yang ada di Indonesia. XL tidak hanya menyediakan layanan bagi individu namun menawarkan produk kepada perusahaan lain nya dan untuk keluarga yang ada di Indonesia. Layanan tersebut meliputi Data, Voice, SMS, dan layanan lainnya.

XL Axiata mempunyai berbagai produk utama yaitu diantaranya XL Prabayar, XL Prioritas, XL Home, XL Business Solutions, AXIS, Dan Live on. Saham yang

dimiliki XL saat ini adalah Axiata Investments (Indonesia) sebesar 66,4% yang tergabung dalam Axiata Group Berhad, Malaysia dan Publik sebesar 33,6%. Dari tahun 2005 sampai sekarang XL telah meraih banyak *award*. Yang terbarunya yaitu meraih *award* Indonesia Human Resources Award 2023 dari Warta Ekonomi dan Mata Lokal Award.

## **2.2 Kegiatan Kampanye #WeAreMore XL**

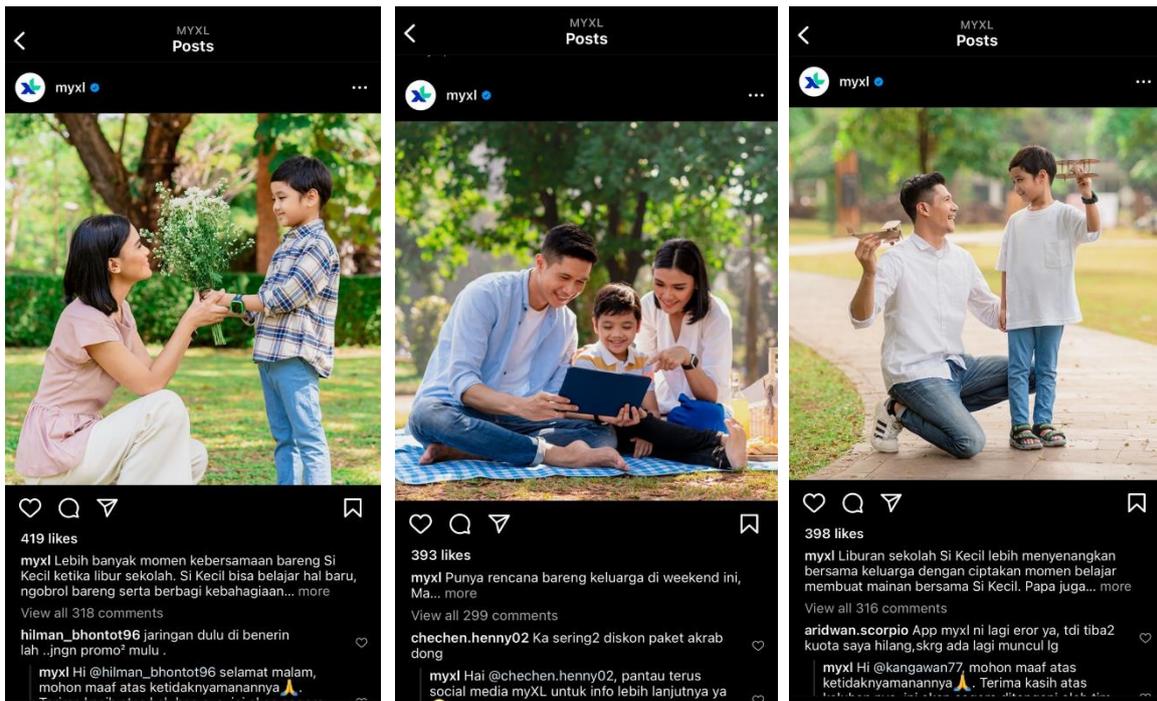
XL merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia, selain mengiklankan promosi penjualan, XL juga melakukan promosi penjualan melalui kampanye. Pada awal tahun 2022 tepatnya pada bulan Februari XL telah meluncurkan kampanye #WeAreMore. Dalam Kampanye #WeAreMore ini memiliki makna atau pesan tentang kemajuan dalam setiap individu yang telah melewati banyak langkah yang berbeda dan tetap dekat oleh orang-orang yang mendukung kesuksesannya. Kampanye ini mengingatkan pelanggan XL bahwa XL telah menemani mereka bersama orang-orang yang mereka sayangi pada cerita hidup mereka.

Selain itu, XL juga ingin dikenal lebih luas karena XL terlibat dari keluarga Indonesia dalam kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itu, XL menciptakan ikonografi baru mereka yang dinamakan “MO”. Ikonografi tersebut gabungan dari setengah logo XL sebagai tanda “lebih besar dari” yang terdapat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 2. 1 Logo terbaru XL pada profil instagram @Myxl**

XL mengadakan kampanye #WeAreMore dengan harapan akan menyatukan masyarakat Indonesia untuk selalu dekat dengan keluarga. Selain itu, XL juga mengingatkan para pengguna XL untuk mengutamakan nilai yang mereka genggam untuk bisa bersama orang - orang yang disayangi sepanjang hidupnya. Kampanye #WeAreMore juga berusaha mencegah bias yang tanpa disadari di industri terhadap penggambaran peran perempuan yang didukung oleh XL dalam hidupnya. Kampanye tersebut terdapat pada feeds Instagram dibawah ini.



**Gambar 2. 2 Kampanye #WeAreMore pada Instagram @Myxl**

### **2.3 Social Media Instagram @Myxl sebagai media dalam memasarkan kampanye untuk menggait Loyalitas Pelanggan XL**

Saat ini XL telah mengaktifasi banyak social media sebagai sarannya dalam memasarkan produk dan memaparkan informasi mengenai kampanye yang telah dibuat. Salah satu social media yang sukses yang dipakai oleh XL yaitu social media Instagram. Social media Instagram XL dengan nama MyXL. Saat ini akun instagram MyXL telah meraih pengikut sebanyak 237.000 pengguna instagram dengan jumlah postingan sebanyak 963. Dalam mempertahankan pelanggannya memanfaatkan digital platform ini untuk melakukan kegiatan kampanye WeAreMore. Dengan tujuan ini untuk meningkatkan awareness dari kampanye tersebut dan memperkenalkan produk baru kepada pengikut instagram @myxl. Kegiatan kampanye digital ini memang berfokus

pada platform Instagram resmi XL tetapi juga disebarluaskan melalui platform lain seperti Twitter, Facebook, dan Youtube.

Penyebarluasan konten tersebut bertujuan untuk meningkatkan engagement dari followers Instagram XL. Periode berjalannya digital kampanye ini terlihat pada tagar yang digunakan pada setiap unggahan @myxl yaitu #WeAreMore yang berlangsung dari 24 Februari 2022 sampai sekarang. Bekerja sama dengan banyak public figure seperti Raditya Dika, Rachel Goddard, Bara Ilham, Dyland Maximus Zadine. XL juga mengadakan kompetisi berhadiah yaitu challenge #AdaDiShorts dalam mengenalkan paketan terbarunya yaitu Akses Unlimited Rp 1. Selain itu postingan untuk akun instagram @myxl juga mengikuti perkembangan tren atau hari-hari besar yang sedang berlangsung seperti tahun baru, lebaran, mudik. Hal ini digunakan agar para pengikut instagram XL tertarik untuk melihat profil instagram XL. Selain postingan yang rutin di posting di Instagram, XL juga telah melakukan aktivasi interaksi antar pengikut instagram dan pengguna XL melalui story instagram @MyXl, seperti memberikan pertanyaan-pertanyaan yang relevan terjadi di masyarakat. Sampai saat ini XL telah bekerja keras untuk tetap menggait pengikutnya beserta pengguna dari produk XL itu sendiri.